

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего профессионального образования
«ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ И ИНФОРМАТИКИ»

Г.А. Доброзракова

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Учебное пособие

Самара
2015

УДК 659(075.8)+ 070 (075.8)

ББК 76

Д 56

Рекомендовано к изданию методическим советом ПГУТИ,
протокол № 16, от 27.03.2015 г.

Рецензенты:

Растягаев А.В. – доктор филол. наук, доцент Самарского ф-ла
Московского городского педагогического университета

Глухов Г.В. – доктор пед. наук, профессор Самарского государственного
экономического университета

Доброзракова, Г. А.

Д 56 **Современные теории массовой коммуникации:** учебное пособие /
Г. А. Доброзракова. – Самара: ПГУТИ, 2015. – 92 с.

ISBN 978-5-906605-48-1

Учебное пособие содержит конспекты лекций по дисциплине «Современные теории массовой коммуникации», а также вопросы и задания к практическим занятиям.

Пособие разработано в соответствии с ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.04.02 (Журналистика) и предназначено для студентов магистратуры первого года обучения.

ISBN 978-5-906605-48-1

©, Доброзракова Г.А., 2015

Оглавление

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА.....	4
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	5
ОБЩИЙ ПЛАН КУРСА.....	6
ЛЕКЦИЯ 1. Понятие массовой коммуникации	8
ЛЕКЦИЯ 2. Основные подходы к изучению коммуникации	17
ЛЕКЦИЯ 3. Критическая теория и философия. Теории индустриализации культуры	27
ЛЕКЦИЯ 4. Структурализм и семиотика, лингвистическая теория массовой коммуникации: основные концепции.....	31
ЛЕКЦИЯ 5. Психологические подходы к изучению массовой коммуникации.....	38
ЛЕКЦИЯ 6. Микросоциологические подходы к изучению коммуникации	43
ЛЕКЦИЯ 7. Теории информационного общества.....	50
ЛЕКЦИЯ 8. Тенденции изменений массовой коммуникации. Новые медиа в системе массовой коммуникации	62
ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	67
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	87
ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНАМ.....	91

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА

Массовая коммуникация играет огромную роль в жизни современного общества, в его экономике, политике, культуре, охватывая международные, межгрупповые и межличностные отношения. Революционные научные преобразования, произошедшие в последние десятилетия, привели к росту воздействия средств массовой информации на все области жизни как человечества в целом, так и каждого индивида. Для специалиста все более актуальным становится знание различного рода теоретических концепций, рассматривающих влияние на общественную жизнь СМК и СМИ.

Курс «Современные теории массовой коммуникации» изучается на первом году обучения в магистратуре по направлению «Журналистика» и относится к базовой части общенаучного цикла дисциплин. Для его успешного освоения необходимо предварительное знакомство студентов с рядом гуманитарных дисциплин, таких, как философия, лингвистика, социология, психология, культурология, политология, а также социология журналистики, изучаемых в образовательных программах бакалавриата.

Целью освоения дисциплины «Современные теории массовой коммуникации» является ознакомление 1) с историей развития зарубежных и отечественных теорий в области коммуникативистики, рассматривающих массовую коммуникацию как систему в разнообразии видов и типов, 2) с современными реалиями массовых коммуникационных процессов, в том числе в контексте новых технологических возможностей, 3) с факторами, влияющими на характер эффективности массовой коммуникации.

При изучении курса предлагается использование нескольких традиционных для науки методологических подходов: социологического, антропологического, лингвистического, психологического, культурологического, политэкономического. Таким образом, основными задачами курса является получение студентами магистратуры базовых методологических знаний о системе наук и месте среди этих наук массовых коммуникаций как исследовательского направления.

Лекционные занятия предполагают предварительную подготовку, связанную с осмыслением заявленных проблем, включают диалогическое общение студентов с преподавателем. На семинарских занятиях возможно использование тренингов, проведение мини-конференций и дискуссий, позволяющих избежать пассивного восприятия информации и максимально использовать творческий потенциал студентов магистратуры. Предлагаемый в конце пособия список монографий и научных статей может быть использован для выполнения студентами магистратуры реферативных работ.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать знание современных теорий массовой коммуникации, понимание специфики коммуникаций в системе социальных коммуникаций, сущности массово-коммуникационного процесса, особенностей массовой информации и функционирования СМИ как важнейшего вида массовой коммуникации в современном обществе; владеть навыками и приемами, принципами и методами научно-

теоретической, исследовательской работы в области изучения современных проблем средств массовой коммуникации; уметь основываться на полученных знаниях в своей исследовательской или высококвалифицированной профессиональной деятельности.

Курс «Современные теории массовой коммуникации» является базой для освоения общепрофессиональных дисциплин и магистерских программ.

Программа рассчитана на 54 часа аудиторной работы. Из них на лекции отводится 16 часов, на семинарские занятия – 38 часов. По окончании курса проводится экзамен.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных и общепрофессиональных компетенций:

- способности к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовности действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовности к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- способности использовать новейшие достижения в области культуры, науки, техники и технологий (ОК-4);
- способности к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);
- готовности руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);
- готовности осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации (ОПК-3);
- готовности осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ (ОПК-4);
- готовности к самостоятельному проведению научного медиаисследования, выполнению всех необходимых его этапов, способностью выполнять исследовательскую работу, опираясь на имеющийся отечественный и зарубежный опыт в данной области (ОПК-8);
- готовности квалифицированно выполнять соответствующие должностные функции в прикладных видах редакционной деятельности в соответствии с направленностью (профилем) программы магистратуры (ПК-5).

ОБЩИЙ ПЛАН КУРСА

№	Наименование разделов дисциплины	Всего	ЛК	ПЗ	Самост. работа
1	2	3	4	5	6
1.	Понятие массовой коммуникации. Понятия «средства массовой информации» и «средства массовой коммуникации»	8	2	2	4
2.	Первые исследования коммуникации и появление первых объектов исследования	8	-	4	4
3.	Основные подходы к изучению коммуникации. Классификация теорий МК	10	2	4	4
4.	Эмпирико-функционалистская школа изучения массовой коммуникации	8	-	4	4
5.	Критическая теория и философия. Теории индустриализации культуры	8	2	2	4
6.	Структурализм и семиотика, лингвистическая теория массовой коммуникации: основные концепции	10	2	2	6
7.	Психологические подходы к изучению массовой коммуникации	8	2	2	4
8.	Микросоциологические подходы к изучению коммуникации	8	2	2	4
9.	Теории информационного общества	8	2	2	4
10	Социология диффузии инноваций и использования СМИ и техники	8	-	4	4
11	Школа Пало Альто, этно-методология и интеракционизм. Организационная коммуникация	8	-	4	4

12	Политическая экономия коммуникации	8	-	4	4
13	Тенденции изменений массовой коммуникации. Новые медиа в системе массовой коммуникации	8	2	2	4
	<i>Итого за семестр:</i>	108	16	38	54
	Всего за весь курс:	108	16	38	54

ЛЕКЦИЯ 1. Понятие массовой коммуникации

Термин «коммуникация» широко используется в самых различных областях человеческого знания, человеческой деятельности, обозначая разные объекты и процессы. Так, в сфере строительства слово «коммуникации» подразумевает технические соединения – подводку труб, по которым идет вода, и труб канализации. В сфере транспорта коммуникации - это транспортные сообщения, то есть дороги (автомобильные, железные), а также разного рода трубопроводы (нефтяные, газовые). Связисты этим словом обозначают факт установления связи (телеграфной, телефонной, радио, мобильной и т.п.). Отсюда – широко распространенный термин «телекоммуникации» (греч. «tele» – «вдаль, далеко»).

Обратимся к этимологии термина «коммуникация». В латинском языке имеется слово «communicatio», чаще всего переводимое как сообщение, передача (еще одно значение этого слова в латинском языке - риторическая «фигура обращения к слушателям, как бы с приглашением принять участие в обсуждении вопроса»).

Само слово «communicatio» восходит к слову «communico», имеющему довольно много значений: 1) делать общим; делиться; 2) делать сообща, принимать участие, делить; 3) сообщать; 4) беседовать; 5) воздавать, оказывать, предоставлять; 6) присоединять, добавлять, вносить; 7) связывать, соединять. В возвратной форме «se communico» означает общаться, иметь дело (с), иметь связи (с).

В свою очередь, слово «communico» восходит к «communis», что переводится как 1) общий; 2) обыкновенный, обычный, общеупотребительный, общепринятый; 3) общительный, доступный, обходительный.. Таким образом, семантическая доминанта всего перечисленного набора значений латинских слов – установление некоей общности, связи, соединение (в доминанте в качестве отличительной черты выступает значение действенности, процессуальности).

Термин «коммуникация», предположительно, появился в русском языке в первой половине XX века. В гуманитарных науках он трактуется как «общение», «передача информации от человека к человеку», «обмен смыслами», «смысловое взаимодействие», т.е. как «специфическая форма взаимодействия людей в процессе их познавательно-трудовой деятельности, осуществляющаяся главным образом при помощи языка».

РАБОЧЕЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИИ. КОММУНИКАЦИЯ И ИНФОРМАЦИЯ. Приведем некоторые определения, встречающиеся в научной литературе.

Коммуникация - механизм, посредством которого обеспечивается существование и развитие человеческих отношений, включающий в себя все мыслительные символы, средства их передачи в пространстве и сохранения во времени (Ч.Х. Кули).

Коммуникация (в широком смысле) - социальное объединение индивидов с помощью языка или знаков, установление общезначимых наборов правил для различной целенаправленной деятельности (К. Чери).

Коммуникация есть информационная связь субъекта с тем или иным объектом - человеком, животным, машиной (М.С. Каган).

В рамках гуманитарных дисциплин целесообразно принять следующее рабочее определение коммуникации: коммуникация есть смысловое взаимодействие между людьми. В нем рассматриваются лишь процессы социального уровня.

Следовательно, вне рассмотрения в таком подходе должны остаться все технические коммуникации (понимаемые как простое соединение, связь между механическими или электронными устройствами), а также информационные процессы несоциального уровня (физического, биологического и т.п.).

Рассмотрим теперь, в каком соотношении находятся понятия «коммуникация» и «информация».

Информация в самом общем смысле слова, по определению академика В.Г. Афанасьева, есть результат отражения многообразия действительности, сообщения, сведения о ней, это знания, которые востребованы и у которых есть потребитель. Информация – это знания, находящиеся в постоянном обороте, движении, т.е. такие, которые собираются, хранятся, перерабатываются, передаются и используются (или могут быть использованы) системой, причем не любой, а только самоуправляемой системой, для ориентировки, для активного действия, для управления (обществом, его сферами, человеком, человека самим собой).

Информация, согласно данному определению, понимается здесь как социальная, а следовательно, знаковая, надсигнальная. Обмен смыслами базируется на информационных процессах, но не сводится к ним. Он как бы находится «на втором этаже» этих процессов. Или, выражаясь математическим языком, информационный процесс есть условие необходимое, но недостаточное для коммуникации. Возможны ситуации, когда информационный процесс социального (знакового) уровня присутствует, но коммуникация как обмен смыслами, не осуществляется. Простой пример: человек получает газету на неизвестном ему языке, скажем, на китайском. Газета – информационный продукт, над которым работала редакция; была подготовлена информация и представлена широкой публике в знаково-символьной форме. Но, не имея возможности считывать эту информацию, человек не понимает ее смысла, а значит, коммуникации не происходит.

Таким образом, в гуманитарных исследованиях определение коммуникации как смыслового взаимодействия переносит акцент с изучения процесса простой передачи информации на такой круг понятий, как «смысл», «понимание смысла», «образование смысла» («смыслообразование»), «формирование смысла» («смыслоформирование»), «передача смысла» (другой термин - «смыслопередача»), «интерпретация полученной информации» и др.

ТИПОЛОГИЯ КОММУНИКАЦИИ. В гуманитарной сфере выделяют множество критериев (оснований) для определения типов коммуникации. Ограничимся рассмотрением семи из них. Это: количество людей, включенных в коммуникацию, диалогичность, использование технических средств, синхронность, периодичность, использование словесного материала, а также использование различных сенсорных каналов человека в процессе коммуникации.

1. Межличностная, групповая и массовая коммуникация

Различные исследователи выделяют различное число категорий по критерию количества людей, включенных в коммуникацию. Пожалуй, наиболее распространенным является выделение трех типов (или трех уровней) коммуникации – межличностной, групповой, массовой.

Межличностная коммуникация осуществляется среди небольшого числа людей – обычно рассматривают коммуникацию между двумя-тремя-четырьмя людьми.

Ее принципиальной особенностью является возможность реального диалога. В коммуникацию могут включиться на равных все ее участники.

Уровень групповой коммуникации часто разбивают, по меньшей мере, на две категории – личностно-групповую и межгрупповую коммуникацию. Лектор в аудитории студентов, политик на трибуне, пианист в концертном зале, чиновник, дающий пресс-конференцию – все это примеры личностно-групповой коммуникации. В данном случае один человек (лектор, политик, пианист, чиновник) транслирует смыслы в тех или иных формах некоторой группе людей (студентам, участникам митинга, публике в концертном зале, журналистам на пресс-конференции и т.п.). Здесь уже возможности диалога не так велики, как в межличностной коммуникации, и наблюдается своего рода асимметричность коммуникационного процесса: преимущественная возможность передавать информацию дается одному человеку, вступающему в коммуникацию с группой. Члены же группы имеют очень ограниченные возможности передавать собственную информацию этому человеку (например, журналист на пресс-конференции редко имеет возможность задать более двух-трех вопросов).

Межгрупповая коммуникация предполагает, что одна группа людей транслирует смыслы другой группе людей. Театральная труппа или оркестр на сцене, несколько представителей политической партии на митинге, группа топ-менеджеров на общем собрании акционеров – вот примеры межгрупповой коммуникации. Здесь также присутствует асимметричность коммуникации. Выступающая группа, находящаяся в активной коммуникационной позиции (театральная труппа, оркестр, представители политической партии, топ-менеджеры), имеет приоритет в передаче информации перед группами слушателей, находящихся в пассивной коммуникационной позиции (публика в театре или в концертном зале, толпа на митинге, акционеры на собрании).

При характеристике групповой коммуникации используется понятие «аудитория», которое понимается именно как группа, занимающая относительно пассивную позицию в процессе коммуникации. Эта условная, относительная пассивность носит принципиальный характер, отражая ролевые отношения

между участниками процесса коммуникации. Количество людей, включенных в коммуникацию группового уровня, измеряется уже не двумя-тремя-четырьмя, а довольно большим количеством людей – от единиц до сотен, а то и тысяч. Строго говоря, нет четкого теоретически обоснованного количественного критерия, который бы отделял групповой уровень коммуникации, с одной стороны, от межличностной, а с другой стороны, от массовой коммуникации. Однако в практике СМИ стараются определить хотя бы условно границы, начиная с которых коммуникация перестает быть межличностной и групповой и начинает быть массовой. Так, в российском законодательстве эти границы установлены для периодических печатных изданий – тираж такого издания должен быть не менее 1000 экземпляров. Если издание выходит меньшим тиражом, то данная ситуация расценивается как групповая, а не массовая коммуникация.

Уровень массовой коммуникации предполагает, что аудитория насчитывает уже не десятки и сотни, а тысячи или даже миллионы участников. Для осуществления такой коммуникации уже недостаточно естественных данных человека. Каким бы громким ни был голос человека, выступить перед миллионной аудиторией напрямую он не сможет. Поэтому на уровне массовой коммуникации возникает еще одно принципиальное качество или условие – наличие специальных технических приспособлений, которые позволяют усилить коммуникационный процесс.

Массовая коммуникация невозможна без технических средств коммуникации, которые называют «средства массовой коммуникации» и обозначают аббревиатурой СМК.

На этом уровне асимметричность, которую мы наблюдали для уровня групповой коммуникации, усиливается, и понятие «аудитория» выходит на первый план. Массовая коммуникация – это смысловое взаимодействие с большими по численности аудиториями.

Если аудитория групповой коммуникации сосредоточена в сравнительно небольшом пространстве (даже если это стадион), то аудитория в массовой коммуникации носит, как правило, рассредоточенный характер на гораздо большей по масштабам территории.

Итак, по количеству включенных людей коммуникацию разделяют, по меньшей мере, на три типа – межличностную, групповую и массовую. На уровне групповой и массовой коммуникации наблюдается принципиальная асимметричность в позициях ее участников: есть участники, которым дана возможность активно передавать информацию, а есть участники, которые находятся в пассивной роли. Таким образом, на этих двух уровнях процесс коммуникации носит, преимущественно, однонаправленный характер. На уровне массовой коммуникации возникает необходимость использовать специальные технические средства, называемые средствами массовой коммуникации (СМК). Массовая коммуникация, по сути, представляет собой массово-групповую коммуникацию, когда к массе людей обращается группа.

2. Монологическая и диалогическая коммуникация

Идея асимметричности коммуникации приводит к выделению нового критерия – диалогичности / монологичности коммуникации, отражающего, насколько равноправны в данном процессе участники коммуникации. Когда говорят о коммуникации как о смысловом взаимодействии (а не действии или воздействии), неявно предполагают, что процесс коммуникации происходит в двух направлениях: сначала от одного участника к другому, а затем от второго к первому. Так выглядит в идеале простейшая коммуникация между двумя людьми. И такую ситуацию называют диалогической коммуникацией. Но по мере увеличения числа участников коммуникационного процесса поддерживать режим диалога становится все труднее. Диалог или, точнее, полилог (термин, указывающий на большое число участников в разговоре) предполагает более или менее равномерное распределение времени между всеми. Данное условие становится практически невыполнимым, если число участников достигает нескольких десятков, не говоря уж о большем числе. Поэтому, строго говоря, идеальная диалогическая модель не может быть осуществлена уже в личностно-групповой коммуникации и тем более в массовой.

Отсюда следует, что, начиная с уровня групповой коммуникации, процесс становится преимущественно однонаправленным – информация идет в одну сторону: от выступающего к аудитории. Такая коммуникация называется монологической или однонаправленной.

На самом деле возможны промежуточные варианты, когда в самой коммуникативной ситуации используются элементы то монолога, то диалога. В практике СМИ чисто монологический вариант коммуникации считается малоэффективным, отталкивающим публику, и редакции стараются сделать все, чтобы включить диалогические элементы настолько, насколько это возможно.

3. Технически опосредованная коммуникация, или медиакоммуникация

Массовая коммуникация принципиально требует использования специфических средств – СМК, без которых она невозможна. Технически опосредованную коммуникацию называют также медиатизированной или медиакоммуникацией. «Media» (лат.) - это множественное число слова «medium», что переводится как «посредник», «средство». В современном понимании «медиа» - это технические средства, технические посредники. Слово «медиатизированный» трактуется как «происходящий с помощью технических средств, посредников» или «технически опосредованный». По этому основанию коммуникацию разделяют на непосредственную, т.е. происходящую без использования технических средств, и опосредованную или медиатизированную, где технические средства используются.

Довольно сильно распространено заблуждение, что медиакоммуникация это исключительно массовая коммуникация. Понятие «медиакоммуникация» охватывает и другие типы коммуникации с разным числом участников. Так, можно говорить о межличностной медиакоммуникации (разговор двух человек по телефону, общение в интернете через ICQ и т.п.), а можно говорить и о групповой медиакоммуникации (например, общение на форумах и чатах интер-

нета, участие в видеоконференциях, просмотр сравнительно небольшим числом людей видеозаписи и т.п.). Проблема лишь в том, что и межличностная, и групповая, и массовая коммуникация могут быть технически опосредованными (медиатизированными), но лишь два из этих трех типов коммуникации могут быть непосредственными – это межличностная и групповая коммуникация. Массовая же коммуникация не бывает непосредственной.

В публикациях часто слово «медиа» выступает как синоним термина «средства массовой коммуникации». Это не совсем верно. Справедливо следующее суждение: все средства массовой коммуникации суть медиа, но не все медиа суть средства массовой коммуникации, поскольку, как было показано выше, медиакommunikация не обязательно массовая. Для обозначения SMK лучше использовать термин «массмедиа».

Уровни коммуникации	Непосредственная коммуникация	Технически опосредованная (медиатизированная) коммуникация
Межличностный	Непосредственная межличностная коммуникация	Межличностная медиакommunikация
Групповой	Непосредственная групповая коммуникация	Групповая медиакommunikация
Массовый	---	Массовая коммуникация

4. Синхронная и диахронная коммуникация

Несколько критериев в классификации типов коммуникации связаны со временем. Один из них противопоставляет одновременно происходящую коммуникацию коммуникации, осуществляемой через какое-то время. Первую ситуацию называют синхронной коммуникацией, вторую – диахронной. Слово «синхронный» греческого происхождения и означает «одновременный». Слово «диахронный» также греческого происхождения и включает в себя два важных элемента. Первый - «диа» - переводится как «через». Второй - «хрон» (от «хронос») - значит «время». Таким образом, «диахронный» означает «передаваемый через время». В таком случае иногда говорят об отсроченной коммуникации.

Например, прямой эфир телевидения и радио – это синхронная коммуникация. Аудитория видит и / или слышит передачу в момент, когда происходит событие. Однако передачу можно пустить «в записи» - это и будет диахронная коммуникация. Чтение письма – практически всегда представляет собой диахронную коммуникацию. Чтение древней рукописи в библиотеке – это диахронная коммуникация, когда момент передачи информации (момент написания рукописи) отдален от момента прихода информации к другому человеку на века или даже тысячелетия.

Отсюда легко увидеть, что диахронная коммуникация не может быть непосредственной. Это всегда медиатизированная коммуникация. В то же вре-

мя диахронная коммуникация может осуществляться на всех уровнях – как на межличностном и групповом, так и на массовом.

5. Периодическая и аperiodическая коммуникация

Еще один критерий, связанный со временем, затрагивает периодичность коммуникации. Если мы имеем дело с регулярно повторяемой коммуникацией, то принято говорить о периодической коммуникации. Она также может существовать на всех уровнях. Например, каждый день, приходя в офис к 9:00, человек здоровается с охранником. Это пример периодической межличностной коммуникации. Лекция, проходящая раз в неделю на одном и том же курсе в одной и той же аудитории, - пример периодической групповой коммуникации. Непрерывно вещающий телеканал, на котором каждый день в одни и те же часы осуществляется выпуск новостей, или ежемесячно выходящий журнал с одним и тем же набором рубрик – все это примеры периодической массовой коммуникации.

Но возможна и другая ситуация, когда происходит какое-то единичное коммуникационное событие, которое больше не повторяется: разговор двух людей (межличностная коммуникация), непосредственная встреча аудитории с известным актером, певцом, писателем (лично-групповая коммуникация) или выход в свет книги большим тиражом (массовая коммуникация). Такой тип коммуникации называют аperiodическим или неperiodическим.

Российское законодательство устанавливает границу для печатных изданий, начиная с которой коммуникация считается периодической: издание должно выходить не реже, чем раз в год.

6. Вербальная и невербальная коммуникация

Как известно, социальная информация может распространяться в различной знаково-символьной форме. Особый интерес представляют те знаки и символы, которые выражают язык, речь. Принято выделять тип коммуникации, когда используются словесные элементы в печатной/письменной или устной форме. Такую коммуникацию называют вербальной (от лат. «verbum» - слово, выражение). Помимо вербальной, существует невербальная коммуникация. Это социальная информация, выраженная не в словесной, а в иной знаково-символьной форме (разного рода изображения, как статические, так и движущиеся, музыкальные элементы, жесты, мимика и др.).

В человеческом обществе основная смыслопередача осуществляется с помощью вербальной коммуникации, языка. В то же время невербальные элементы играют очень большую роль, в частности, для передачи эмоциональных состояний.

7. Визуальная, аудиальная, аудиовизуальная и тактильная коммуникация

Последнее из оснований связано с сенсорными каналами передачи и получения информации человеком. Как известно, у человека есть пять органов чувств, с помощью которых он и получает информацию из окружающего мира: зрение, слух, осязание, обоняние и вкус. Эти органы чувств часто называют сенсорными каналами, соответственно, зрительным (визуальным), слуховым

(аудиальным), осязательным (тактильным), обонятельным и вкусовым. На этой основе выделяют и типы коммуникации. Однако для нас интерес представляют не все эти каналы, а лишь три из них – визуальный, аудиальный и иногда тактильный. Именно эти каналы человек использует для передачи и приема вербальной информации. Кроме того, возможно параллельное использование, по меньшей мере, двух каналов. Отсюда различают следующие типы коммуникации: визуальную, аудиальную, аудиовизуальную и тактильную. Последняя используется для передачи информации слепым с помощью так называемой азбуки Брайля – специально организованных символов, которые слепые считывают на ощупь. Примеры визуальной коммуникации: чтение, переписка, общение глухонемых с помощью специфического языка жестов и мимики, передача информации на флоте с помощью специальных флажков и др. Аудиальная коммуникация – это устная речь. Аудиовизуальная коммуникация реализуется в таких СМИ, как кино, телевидение, интернет (мультимедийные материалы).

Мнение, что визуальная коммуникация невербальна, является заблуждением, поскольку алфавит – чисто визуальный материал. Невербальная коммуникация в визуальном варианте – это коммуникация с использованием разного рода картинок, произвольных жестов и мимики, фотографии и т.п. В аудиальном варианте невербальная коммуникация, это, прежде всего, музыка, а также так называемые «паралингвистические элементы» речи – интонация, паузы и др. Тактильная невербальная коммуникация связывается с получением информации на ощупь без использования языка Брайля.

На протяжении многих веков коммуникация в природе и обществе прошла следующие стадии:

- 1) тактильно-кинетическую (у высших приматов);
- 2) устно-вербальную (у первобытных народов);
- 3) письменно-вербальную (на заре цивилизации);
- 4) печатно-вербальную (после изобретения книги и печатного станка);
- 5) многоканальную (современный момент).

Массовой коммуникации, особенно в современную эпоху, свойственна многоканальность: используются визуальный, аудитивный, аудитивно-визуальный канал, устная или письменная форма коммуникации и т.п. Появилась техническая возможность двунаправленной коммуникации, как открытой (интерактивность), так и скрытой (реакция слушателя или зрителя, поведение), взаимного приспособления отправителя и получателей.

ХАРАКТЕРИСТИКА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ. *Массовая коммуникация* - процесс распространения информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т.п.) с помощью технических средств (пресса, радио, телевидение, компьютерная техника и др.) на численно большие, рассредоточенные аудитории.

Основные параметры, отличающие массовую коммуникацию от групповой, - количественные. В то же время вследствие значительного количественного превосходства (увеличение отдельных коммуникативных актов, каналов, участников и т.п.) создается новая качественная сущность, у коммуникации по-

являются новые возможности, создается потребность в особых средствах (передача информации на расстояние, скорость, тиражирование и т.п.).

Массовая коммуникация характеризуется следующими признаками:

- 1) опосредованность общения техническими средствами (обеспечивающими регулярность и тиражированность);
- 2) массовость аудитории, общение больших социальных групп;
- 3) ярко выраженная социальная ориентированность общения;
- 4) организованный, институциональный характер общения;
- 5) отсутствие непосредственной связи между коммуникатором и аудиторией в процессе общения;
- 6) социальная значимость информации;
- 7) многоканальность и возможность выбора коммуникативных средств, обеспечивающих вариативность, нормативность массовой коммуникации;
- 8) повышенная требовательность к соблюдению принятых норм общения;
- 9) однонаправленность информации и фиксирование коммуникативных ролей;
- 10) «коллективный» характер коммуникатора и его публичная индивидуальность;
- 11) массовая, стихийная, анонимная, разрозненная аудитория;
- 12) массовость, публичность, социальная актуальность и периодичность сообщений;
- 13) преобладание двухступенчатого характера восприятия сообщения.

Социальная значимость массовой коммуникации заключается в соответствии определенным социальным запросам и ожиданиям (мотивированность, ожидание оценки, формирование общественного мнения), воздействию (обучение, убеждение, внушение и т.п.). При этом лучше воспринимается ожидаемое сообщение, когда для различных целевых групп готовятся отдельные сообщения с учетом интересов целевой аудитории.

Взаимоотношение источника и получателя в массовой коммуникации также приобретает качественно новый характер. В качестве отправителя сообщения выступает общественный институт либо мифологизированный индивид. Получателем являются целевые группы (англ. target groups), объединяемые по некоторым социально значимым признакам. Задача массовой коммуникации - поддержание связи внутри групп и между ними в обществе. Фактически такие группы могут создаваться в результате воздействия массовых сообщений (электорат новой партии, потребители нового товара, клиенты новой фирмы).

Функции массовой коммуникации (по Г. Лассуэллу):

- 1) информационная (обозрение окружающего мира),
- 2) регулирующая (воздействие на общество и познание его через обратную связь);
- 3) культурологическая (сохранение и передача культурного наследия от поколения к поколению);

Ряд исследователей добавляет развлекательную функцию.

Одной из важнейших социально-психологических особенностей массовой коммуникации является ее способность формировать общественное мнение.

Итак, мы рассмотрели этимологию термина «коммуникация», дали рабочее определение данного понятия, провели разграничение между понятиями «коммуникация» и «информация», рассмотрели типологию коммуникации в гуманитарной сфере, а также дали характеристику массовой коммуникации.

ЛЕКЦИЯ 2. Основные подходы к изучению коммуникации

Понятие «коммуникация» является многосторонним, в нем можно условно выделить следующие основные значения:

универсальное (предельно широкое), при котором коммуникация рассматривается как способ связи любых объектов материального и духовного мира;

техническое, соответствующее представлению о коммуникации как о пути сообщения, связи одного места с другим, средствах передачи информации и других материальных и идеальных объектов из одного места в другое;

биологическое, широко используемое в биологии, особенно в разделе этологии, при исследованиях сигнальных способов связи у животных, птиц, насекомых и т.д.;

социальное, используемое для обозначения и характеристики многообразных связей и отношений, возникающих в человеческом обществе. В данном случае речь идет о социальной коммуникации - коммуникационных процессах в обществе. Теория коммуникации чаще всего обращается именно к этому, последнему значению коммуникации, т.е. к социальной коммуникации - специфической форме взаимодействия людей по передаче информации от человека к человеку, осуществляющейся при помощи языка и других знаковых систем.

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ХАРАКТЕР КОММУНИКАТИВНОГО ЗНАНИЯ. Социология, изучая структуру общества и динамику общественного развития, большое значение уделяет проблемам коммуникации, поскольку в фокусе ее внимания оказываются проблемы связей и отношений различных социальных субъектов - отдельных личностей, малых и больших социальных групп - классовых, национальных, этнических, демографических и др.

Исследования проблем коммуникации не ограничиваются только областью социальных наук. Они активно изучаются представителями нескольких десятков дисциплин - гуманитарных, естественных, технических.

Философия видит в коммуникации одно из атрибутивных свойств материи, обусловленных материальным единством мира и, следовательно, взаимосвязью, взаимозависимостью явлений и процессов действительности. Коммуникация по-разному проявляется на разных уровнях организации материи: от универсальной способности отражения как свойства явлений живой и неживой природы до сложнейшего и многогранного мира человеческого общения.

Одним из важнейших коммуникативных аспектов психологической науки является изучение способности человека отражать мир, познавать его и регулировать свое взаимодействие с ним. При этом общая психология уделяет большое внимание таким имеющим непосредственное отношение к коммуникативистике проблемам, как психологическая природа речи и языка, т.е. способам вербальной коммуникации, а также различным видам невербальной коммуникации и особенностям их восприятия, обусловленным психологическими особенностями личности. В рамках социальной психологии исследуются психология межличностного взаимодействия (способы общения, межличностное восприятие и понимание), психология малых групп (взаимодействие индивида и малой группы, внутригрупповые отношения, конфликты), психология межгрупповых отношений и т.д.

Лингвистика занимается проблемами вербальной коммуникации - возникновением и развитием языка и речи (устной и письменной, диалогической и монологической) как важнейших средств человеческого общения. На стыке лингвистики, логики, философии и других наук находится семиотика, изучающая коммуникацию как передачу знаков или обмен знаками.

Коммуникативная проблематика начинает активно вторгаться в область политологии. Возникло целое научное направление (коммуникативно-кибернетическое), изучающее политические процессы с точки зрения информационного обмена между субъектами политики.

В культурологии коммуникативная проблематика проявилась главным образом при изучении проблем трансляции культурных ценностей либо непосредственно в общении людей, либо через механизмы опредмечивания и распредмечивания - от человека к человеку, от поколения к поколению и между представителями различных культур.

В рамках биологии с конца XIX века стало очень активно развиваться направление, изучающее поведение и коммуникацию животных, обусловленные биологическими факторами. Новое направление получило название этология. В природе существуют многочисленные системы связи, пусть рефлекторные, ограниченные и застывшие. Такие системы связи являются объектом исследования этологов.

Чрезвычайно весомый вклад в изучение коммуникации внесли технические науки. Эволюция коммуникативных возможностей человека связана с техническим прогрессом. Развитие технических средств - от изобретения книгопечатания до современной компьютерной революции - полностью изменило характер социальной коммуникации, сделав возможным мгновенную передачу информации в большом объеме практически на неограниченное расстояние.

Всесторонний анализ различных измерений коммуникации обуславливает необходимость ее междисциплинарного изучения, привлечения инструментария и потенциала многих наук - общественных, гуманитарных, естественных и технических.

ЗАКОНЫ КОММУНИКАЦИИ, ИХ СПЕЦИФИКА. Конечная цель исследования коммуникации - выявление и формулирование ее законов. Специфика

законов, формулируемых теорией коммуникации, во многом определяется ее предметом и характеризуется спецификой сложившихся информационных связей в природе и обществе. Она заключается в следующем:

а) законы коммуникации носят объективный характер - объективность законов социальной коммуникации обусловлена тем, что они раскрывают движение объективно существующих коммуникационных потребностей, интересов и действий людей;

б) эти законы выражают всеобщий характер информационного обмена как атрибутивного свойства живой материи и вместе с тем отражают взаимосвязи в обществе в целом и его отдельных частях;

в) есть законы коммуникации динамические (отражающие жестко детерминированную связь явлений) и статистические (отражающие нелинейные зависимости явлений и потому основанные на статистических фактах, определенным образом измеренных и организованных), первые характерны для природных коммуникативных процессов, вторые - для социальной коммуникации;

г) законы коммуникации действуют в совокупности с другими социальными и природными законами - экономическими, психологическими, политическими, техническими и пр.;

д) информационный обмен в природе и обществе возможен лишь при выполнении определенных условий.

Эти законы-условия гласят:

всякая коммуникация представляет собой взаимодействие, характеризующееся обменом разного рода информацией, следовательно, должно быть не менее двух сторон - участников коммуникационного взаимодействия.

всякая коммуникация как информационное взаимодействие основана на принципе обратной связи, которая выступает необходимым условием осуществления коммуникативного акта («закон обратной связи»);

всякая коммуникация имеет знаковый характер, не существует коммуникации без определенной системы знаков, которые могут быть самой разной природы.

«закон минимального основания»: для осуществления коммуникации необходимо наличие хотя бы одного общего для источника и приемника основания в виде системы знаков или правил приема и передачи, кодирования и декодирования информации. Чтобы коммуникация полностью разрушилась, не должно остаться ни одного знака, ни одного правила, общего для приемника и передатчика;

«закон гетерогенности коммуникативных систем» - коммуникация возможна лишь при несовпадении (неполном совпадении) информационных потенциалов взаимодействующих систем. Это означает, что полное совпадение информационных потенциалов коммуникантов совершенно обесценивает какой-либо обмен информацией между ними. Однако в реальности такого совпадения потенциалов не бывает: всегда существует большая или меньшая зона их пересечения, которая и обеспечивает возможность коммуникации, является ее

необходимым условием. Отсутствие таких зон пересечения делает коммуникацию невозможной.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАЦИИ. Метод в самом широком смысле означает «путь к чему-либо», в науке - это совокупность приемов, применяемых исследователем для получения определенного результата. Понятие методологии имеет два основных значения:

система определенных способов и приемов, применяемых в той или иной сфере деятельности (в науке, политике, искусстве и т.п.);

учение об этой системе, или общая теория метода.

Рассмотрим, как эти методы используются при исследовании коммуникативных процессов.

Общенаучные методы - это совокупность исследовательских приемов и процедур, широко применяемых в различных областях научного знания, как социально-гуманитарного, так и естественнонаучного. К числу общенаучных методов, чаще всего используемых в исследовании коммуникационных процессов, могут быть отнесены: моделирование, системный подход, сравнение.

Моделирование - изучение объекта (оригинала) путем создания и исследования его копии (модели), замещающей оригинал с определенных сторон, интересующих исследователя.

Под моделью понимается либо конкретный образ изучаемого объекта, в котором отображены его реальные или предполагаемые свойства и строение, либо другой объект, реально существующий наряду с изучаемым и сходный с ним в отношении некоторых определенных свойств или структурных особенностей.

При **системном подходе** (понятие «система» выражает совокупность элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом и со средой, образующих определенную целостность, единство) объект рассматривается как некоторое множество элементов, взаимосвязь которых обуславливает целостные интегральные свойства данного множества. Так, при рассмотрении коммуникативного акта с точки зрения системного подхода можно раскрыть многообразные связи и отношения внутри самого акта и его связь с внешней средой, влияние этой среды на характер, цели и стратегию коммуникации.

Системный подход основан на использовании таких общелогических методов, как **анализ** - разложение системного целого на разноуровневые по степени сложности составляющие (подсистемы, компоненты, элементы) и **синтез** - рассмотрение интегральных свойств целостности, которыми составляющие ее элементы, компоненты или подсистемы не обладают.

Метод сравнения представляет собой познавательную операцию, основанную на суждениях о сходстве или различии объектов. С помощью сравнения выявляются их качественные и количественные характеристики. Главное условие использования данного метода состоит в наличии общего основания (признака), по которому сравниваются изучаемые объекты.

Частнонаучные методы - совокупность способов, исследовательских приемов и процедур познания, применяемых в той или иной отрасли науки.

Теория коммуникации представляет собой многоуровневую чрезвычайно разветвленную систему; в ней используются методы таких наук, как социология, психология, лингвистика, педагогика; межнаучных дисциплин - социальной психологии, социолингвистики и др.

Социологический метод представляет собой совокупность приемов конкретных социологических исследований, направленных на сбор и анализ эмпирических данных, отражающих реальное состояние коммуникативных процессов в обществе. Методы социологических исследований (опросы, анкетирование, эксперименты, статистический анализ, математическое моделирование) позволяют собрать богатый фактический материал и на его основе изучать социально-коммуникационные процессы и явления.

Контент-анализ обращен к содержательной стороне информации. Это экспериментальный метод, в первую очередь рассчитанный на изучение деятельности средств массовой информации путем систематической числовой обработки, оценки и интерпретации формы и содержания сообщения информационного источника. Для получения таких данных используется электронно-вычислительная техника и методы программного моделирования.

Главным объектом контент-анализа являются тексты, фонограммы, аудио- и видеозаписи, содержащие печатную или радиотелевизионную информацию.

Кроме того, анализируются опросы общественного мнения с целью определения эффективности деятельности различных информационных средств. Данные, получаемые с его помощью, выявляют роль СМИ в формировании вкусов, предпочтений, интересов и мнений различных социально-демографических и профессиональных групп, их отношение к тем или иным процессам в области экономики, политики, культурной и социальной жизни. Принято различать содержательный и структурный контент-анализ.

Содержательный контент-анализ сосредоточивает внимание на содержании сообщения, на том, о чем в нем говорится. При структурном контент-анализе нас интересует не столько что говорится, сколько как говорится, каков способ подачи сообщения; например, как часто освещается то или иное событие в конкретном источнике, сколько печатного пространства ему отводится, напечатано оно на первой или последующих полосах, сопровождается ли данное сообщение фотографией и т.д.

Интенция-анализ - метод, с помощью которого изучается проблема целенаправленности вербальной коммуникации. Интенция-анализ разрабатывается, главным образом, в рамках психологической науки и исходит из того, что человеческая речь представляет произвольное (т.е. преднамеренное) действие. Соответственно намерение (интенция) что-либо высказать, связанное с определенным содержанием мысли или чувством, лежит в основе практически каждого речевого проявления.

Помимо перечисленных в коммуникативистике используются и методы, применяемые при сборе эмпирических данных.

Метод наблюдения применяется при сборе предварительного материала исследования и контроле полученных эмпирических данных. При помощи этого метода могут быть выявлены нормы вербального и невербального взаимодействия, установлены коммуникативные средства, используемые коммуникантами в различных ситуациях и различных эмоциональных состояниях. В зависимости от роли наблюдателя в исследуемой ситуации различают включенное и невключенное наблюдение. Включенное наблюдение предполагает взаимодействие наблюдателя с изучаемой группой. Невключенное наблюдение регистрирует события «со стороны», без взаимодействия и установления отношений с изучаемым лицом или группой.

Метод социометрии относится к инструментарию социально-психологического исследования структуры малых групп, а также личности как члена малой группы. С помощью социометрического метода, его специальных процедур опроса, измерения и расчетов изучают типологию социального поведения в условиях групповой деятельности, оценивают сплоченность, совместимость членов группы. Процедура социометрического измерения предполагает проведение опроса всех членов группы для установления их отношения друг к другу. Необходимо выявить тех, с кем каждый из членов группы предпочел бы (выбрал) или, наоборот, не захотел (отклонил), участвовать в определенном виде деятельности или ситуации, т.е. установить все положительные или отрицательные связи в группе. Результаты опроса обрабатываются с использованием количественных социометрических индексов, которые отражают характер внутригрупповых отношений и показывают степень сплоченности группы.

Перечисленные выше методы отнюдь не исчерпывают методологическую базу теории коммуникации, но являются одними из наиболее широко ею используемых.

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ. В рамках традиционного мифологического мировоззрения, характерного для дофилософского этапа развития культуры, проблема отношения человека к человеку, человеческого общения не выделялась как самостоятельная. Люди не способны были ее выделить в силу неразвитости абстрактного мышления; растворенности индивидуального существования в коллективном, где не существовало противопоставления индивида и «других»: ориентации сознания первобытного человека на его отношение к природе и управляющему ею и им самим миру «духов», тотемов, божеств, а не к себе подобным.

На начальном этапе развития философии человек рассматривался в неразрывной связи с природой, специфика собственно человеческого бытия не обсуждалась. Но в V веке до н.э. положение меняется: центральной для философских рассуждений становится проблема человека. Такой переход был связан с деятельностью софистов и Сократа. Обращение к проблеме человека, человеческого бытия выводило на первый план вопросы межличностных отношений, которые стали предметом риторики и этики.

Софистами называли себя первые греческие учителя, которые учили искусству убеждать, красиво говорить, правильно аргументировать свои мысли, а

главное - искусству опровергать суждения противной стороны. Именно благодаря деятельности софистов возникла риторика как искусство речи. Наибольший вклад в ее развитие внес софист Горгий (V-IV века до н.э.). Теоретическое открытие Горгия состояло в обнаружении слова как носителя убеждения, верования и внушения, невзирая на его истинность или ложность. Риторика как искусство убеждения, использующее возможности слова, в Древней Греции имела огромное значение для политиков. Политика называли ритором, способным убеждать судей в трибуналах, советников в Совете, членов народного собрания и просто граждан.

Сократ (469-399 до н.э.) положил начало моральной философии. В центре его внимания стояла проблема человека и его сущности. Человек у Сократа, прежде всего, существо моральное. В своих дискуссиях философ вырабатывает так называемый сократический метод диалектики как способа рассуждения. Суть его заключается в том, что в диалоге, в форме вопросов и ответов, необходимо раскрыть противоречия во взглядах собеседника через столкновение различных точек зрения на обсуждаемый предмет с целью достижения истины. Таким образом, диалектика Сократа совпадает с диалогом (диа-логос).

Платон (427-347 до н.э.), как и Сократ, противопоставляет этику риторике. Согласно Платону, риторика (как искусство афинских политиков и их учителей) есть всего лишь угодничество, лесть, фальсификация истины. Риторика (как и искусство) спекулирует на худших сторонах души - на ее легковёрности и непостоянстве. Это суждение-приговор риторике несколько смягчено позднее: признаны права искусства дискурса, т.е. риторики, если она служит истине, путь к которой лежит через познание вещей, души, диалектики.

Следует отметить, что у Сократа и Платона сама философская рефлексия выступила в форме диалога, т.е. интеллектуального общения людей, самостоятельно и по-разному мыслящих.

Аристотель (384-322 до н.э.), как и его учитель Платон, был твердо убежден, что исследовать истину, культивировать знания - это задача философии, а задача риторики - убеждать или, точнее, выяснять средства и методы эффективного убеждения. Аристотель создал трактат «Риторика», который одновременно является и практическим учебным руководством (им пользуются и сегодня), и аналитическим сочинением. Риторика, по Аристотелю, не просто «методология убеждения», но искусство анализа и определения процессов, ведущих к завоеванию умов. Формально риторика близка логике и особенно - диалектике. Аристотель рассматривает разные виды речи - поэзию и прозу.

Цицерон (106-43 до н.э.) продолжил греческую традицию платоновской Академии и школы Аристотеля (Ликей). Римский оратор и государственный деятель, теоретик риторики (трактат «Об ораторе»), классик латинской художественной и философской прозы, он создал не только латинский литературный язык, но и латинскую философскую терминологию. Взгляды Цицерона на риторику отличаются большей широтой, нежели взгляды его предшественников. В них нет жесткого противопоставления этики риторике. По его мнению, предмет риторики может быть понят и как структура любой речи на любую тему (в

любой области знания или умения), и как искусство передавать свои знания с помощью речи (педагогика).

Марк Фавий Квинтилиан (ок. 36 - ок. 96) - автор, завершающий античную риторiku, основатель педагогики. Квинтилиан фактически выстраивает целостную систему воспитания, рассматривая ее основные элементы. У Квинтилиана этика и риторика не только не противопоставляются, но, наоборот, предполагают друг друга. В предисловии к первой книге, посвященном ритору Викторию Марцеллу, он пишет, что хорошим оратором может быть только хороший человек, поэтому оратор должен обладать не только особым даром слова, но и всеми положительными душевными качествами.

Античная риторика внесла огромный вклад в становление и развитие коммуникативной теории и практики. Она уделила много внимания важнейшим проблемам государственной деятельности как арены столкновения ораторов, воспитанию ораторов, технике подготовки речи. Была детально разработана структура речи, включающая такие элементы, как: вступление, название и толкование названия, повествование, описание, доказательство, опровержение, обращение к чувствам, заключение.

В области теории и практики ораторского искусства Средневековье немало добавило к наследию античности.

Труды теоретиков (Исидор Севильский, Юлий Руфиний и др.) в основном были связаны с систематизацией уже имеющихся знаний, упорядочением терминологии риторики и организацией текста. На смену античной риторике, знавшей по преимуществу гражданское и судебное красноречие, приходит гомилетика - искусство произнесения проповеди, поддерживаемое неколебимым авторитетом церкви.

Начиная с Возрождения, риторика теряет свою опору в гомилетике и ищет ее в практике художественной речи. В эпоху Просвещения умонастроения в интеллектуальной среде меняются - все более широкое признание завоевывает такое понимание сущности человека и человеческих отношений, которое основано на вере в природную доброту и разумность человека, в возможность создания общества, в котором будут царить отношения «свободы, равенства и братства». Это время отмечено бурным развитием педагогики, этики, эстетики, психологии. Что касается риторики, то ее популярность в век Просвещения постепенно убывала. К началу XIX века в Западной Европе почти повсеместно риторика перестает рассматриваться как наука и устраняется из сферы образования.

ФИЛОСОФСКИЕ ПОДХОДЫ К ПОСТРОЕНИЮ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ. На рубеже XVIII - XIX веков в немецкой классической философии начинает разрабатываться категориальный аппарат, принципиально важный для построения теории коммуникации. Речь идет о категориях «субъект» и «объект», где под «субъектом» понимался человек в его активно-познавательном (но пока еще не преобразовательном) отношении к окружающему объективному миру – «объекту».

Семиотика - новое направление исследования коммуникации, возникшее в XIX веке в рамках философии прагматизма.

Семиотика уделяла особое внимание знаковой природе коммуникации, исследовала свойства знаков и знаковых систем, которым определенным образом придавалось некоторое значение.

По утверждению Пирса, «любая мысль - это знак, участвующий в природе языка», «мыслить без знаков невозможно», а знак является заменителем объекта в каком-то аспекте. Коммуникация также имеет знаковую природу и невозможна без знаков. Идеи Пирса имели своих последователей и получили дальнейшее развитие в философии XX века.

Вместе с тем в XIX веке появляются учения, критическая направленность которых расходится с общей линией на изучение коммуникативных аспектов человеческой жизни.

Ф. Ницше (1844-1900) стал одним из ярких критиков коммуникации в XIX веке. Значительное место в философии Ницше отведено критике языка. Он убежден, что мышление неотделимо от языка, но язык с необходимостью искажает реальность, подменяет жизнь ее искусственной картиной, лишенной атрибутов «бытия» - естественности, страстей, непосредственности, стихийности.

Экзистенциализм, или философия существования, утвердился и стал одним из самых мощных философских течений в Европе в период между двумя мировыми войнами. Предмет и цель философских исследований экзистенциализма - внутренний мир личности, изолированной от общества. По своему характеру это философия человеческой некоммуникабельности. Термином «экзистенциализм» обозначается ряд концепций, сущность которых есть способ переживания личностью противоположной ей чуждой и враждебной действительности. В центре внимания - внутренний мир человека; социальная жизнь представляется в виде продолжения и расширения этого внутреннего мира, и кризис личности понимается как кризис человеческого бытия вообще.

Персонализм - теистическая тенденция в западной философии, полагающая личность и ее духовные ценности высшим смыслом земной цивилизации, - дает сходные оценки состояния человеческой коммуникации. Коммуникация в философии персонализма - общение, основывающееся на взаимопонимании, дискуссии. В результате возникают мнимые коллективы «массового общества» - корпорации, группы давления, бюрократизированные институты.

Философский анализ коммуникации, осуществляемый в рамках различных школ, сопряжен с понятием «дискурс». В немецкоязычном словоупотреблении «дискурс» - подчиненное понятие по отношению к понятию диалога: дискурс есть диалог, ведущийся с помощью аргументов.

Диалогическая философия (философия диалога, диалогизм) - совокупное обозначение философских учений, исходным пунктом которых является понятие диалога, - получила широкое распространение в XX веке. Диалогическое отношение, или отношение Я - Ты, мыслится при этом как фундаментальная характеристика положения человека в мире.

Герменевтика, философско-методологические основы которой были заложены в XIX веке Ф. Шлейермахером, в XX веке обретает статус самостоятельного направления современной философской мысли. В герменевтике разрабатываются категории, принципиально важные для теории коммуникации. Среди них особый статус приобретают категории «понимание» и «интерпретация». Проблемы изучения и истолкования текстов вызвали философский интерес к вопросу о «понимании». Понимание - уразумение смысла или значения чего-либо. Интерпретация - истолкование текстов, направленное на понимание их смыслового содержания; в математической логике, логической семантике, философии науки интерпретация - установление значений выражений формального языка.

Неопозитивизм (или аналитическая философия) складывается в начале XX века в рамках философского позитивизма; это «антиметафизическое», аналитическое направление, знаменующее «лингвистический поворот» философии. Новое направление объявило, что философия имеет право на существование не как метафизика, «мышление о мире», а лишь как «логический анализ языка». С точки зрения неопозитивизма все наше знание о мире дают только конкретные эмпирические науки. Философия же не может высказать о мире ни одного нового положения сверх того, что говорят о нем отдельные науки, не может создать никакой картины мира. Ее задача состоит в логическом и лингвистическом анализе и прояснении тех положений науки и здравого смысла, в которых может быть выражено наше знание о мире.

Семиотика в XX веке получила дальнейшее развитие. Будучи одним из ответвлений философского позитивизма, сегодня семиотика получила статус самостоятельной научной дисциплины. Центральными понятиями новой дисциплины стали понятия знака и семиозиса. Знак определяется как некий предмет (явление, событие), который выступает в качестве представителя (заместителя) некоторого другого предмета и используется для приобретения, хранения, переработки и передачи информации. Знаки могут быть как языковыми, так и неязыковыми. Семиозис определяется как процесс, при котором некое явление функционирует в качестве знака.

Таким образом, к изучению коммуникации на протяжении многих веков обращались ученые разных отраслей знания, среди которых - философы, социологи, психологи, лингвисты. Их исследования затрагивают всё многообразие воздействия массовой коммуникации на аудиторию СМК, на человека и общество.

ЛЕКЦИЯ 3. Критическая теория и философия. Теории индустриализации культуры

Первые медиаисследования стали проводиться американскими социологами, а затем появились в западноевропейских странах. Обычно историю медиаисследований подразделяют на три основных этапа: 1) 1900–1940, 2) 1940–1970, 3) 1970 – настоящее время. Определяющей характеристикой первого периода было представление о поистине безграничных возможностях существовавших тогда СМИ воздействовать на человеческие убеждения и поведение. Решающую роль в формировании подобных взглядов сыграли пропагандистские успехи держав Антанты в первой мировой войне, проанализированные американцем **Гарольдом Лассуэллом** (1902-1978) в книге «Пропагандистские техники в мировой войне» (1927). Через два года после публикации книги в Америке ее перевод на русский язык был издан в СССР. Пропаганда, которую Лассуэлл определял как «сознательно управляемую коммуникацию», рассматривалась им в качестве одного из мощных орудий реализации политических целей, нередко превосходящих по результативности прямое силовое давление. Пропаганда для него в определенном смысле тождественна демократии, ибо только на основе пропагандистского убеждения демократия может добиваться поддержки масс, не прибегая к насилию, последствия которого часто разрушительны для общества; в этом смысле пропаганда значительно более экономный способ достижения целей. Пропаганда предпочтительнее не только насилия, но и подкупа, поскольку, в отличие от них, более приемлема, с моральной точки зрения. С технической стороны пропаганду, по мнению Лассуэлла, следует рассматривать лишь как орудие, поэтому она не может оцениваться с моральных позиций, ибо в силу своего инструментального характера ни моральна, ни аморальна, а лишь функциональна. Именно Лассуэлл первым рассматривал пропагандистский характер СМИ, воздействие которых на пассивную аудиторию он уподоблял действию укола или «магической пули».

КРИТИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА. Существенный вклад в философское обоснование лассуэлловского подхода к СМИ внесли социологи Франкфуртской школы неомарксизма, с которой связана критическая теория современного (индустриального) общества. Основные представители Франкфуртской школы: Теодор Адорно, Макс Хоркхаймер, Герберт Маркузе, Эрих Фромм, Вальтер Беньямин, Лео Лёвенталь, Франц Леопольд Нейман, Фридрих Поллок, из «второго поколения» - Юрген Хабермас, Оскар Негт. Термин «Франкфуртская школа» является собирательным наименованием, применяемым к мыслителям, связанным с Институтом социальных исследований во Франкфурте-на-Майне. Отсчёт существования Франкфуртской школы принято вести с 1930 года, когда институт возглавил Макс Хоркхаймер, но марксистские исследования велись в Институте с момента его основания в 1923 году. Первый его директор, историк и правовед австромарксистского толка Карл Грюнберг, привлёк к работе в Институте целый ряд талантливых моло-

дых интеллектуалов, придерживавшихся разнородных концепций - социалистических и фрейдистских.

Франкфуртская школа продолжила начатое Д. Лукачем (бывшим одним из её первых критиков) в Венгрии переосмысление учения Маркса и Энгельса, отличное от трактовок марксизма как в сталинском СССР, так и в среде западных ортодоксальных социал-демократических и коммунистических партий. Необходимость дальнейшего развития марксизма в условиях XX века, по мнению франкфуртцев, обуславливалась подавлением рабочего движения в Западной Европе и опасностями, вызванными возникновением фашизма и нацизма.

Основными идейными источниками философии Франкфуртской школы были марксизм, фрейдизм и гегельянство. У Маркса взяты категория отчуждения, классовая борьба (где пролетариат больше не активная сила). Все противоречия капитализма сводились к категории отчуждения. Отчуждение ведет не только к классовому антагонизму, но его содержанием является субстанциональное содержание предметного мира, его предметно-вещественный характер. История капиталистического общества понималась как фатально необходимый процесс прогрессирующего сумасшествия разума. У Фрейда взята идея человека: структура личности и бессознательное. Через фрейдизм - исходя из принципа удовольствия - удовлетворяются все инстинкты, что приводит к контролю над личностью. В борьбе с природой и социальной средой человек подавляет инстинкты, руководствуясь принципом реальности, изменяет их, т.е. принцип удовольствия подчиняется принципу реальности, что подчиняет человека обществу. У Гегеля взята диалектика. Ей заменяется диалектический материализм. Взят закон отрицания отрицания, подмененный абсолютным отрицанием (негативная диалектика, как назвал ее Т. Адорно).

Написанная **М. Хоркхаймером** (1895–1973) совместно с **Т. Адорно** (1903-1969) работа «Диалектика просвещения» являлась программным выступлением Франкфуртской школы. Т. Адорно и М. Хоркхаймер разработали критическую теорию современного индустриального общества, в рамках которой значительное внимание уделялось изменению функций культуры и появлению феномена «индустрии культуры». В возникновении и существовании этого феномена главную роль играют средства массовой коммуникации. Радио, телевидение и кино тиражируют произведения культуры, превращая их в продукт потребления. Произведения «индустрии культуры» изначально создаются как товар, предназначенный для массового рынка, что, по мнению исследователей, меняет саму сущность культуры. Основываясь на предшествующей интеллектуальной традиции, в частности, на немецкой философии, Адорно и Хоркхаймер понимали культуру, прежде всего, как свободную творческую и интеллектуальную деятельность, само существование которой означает возможность критики и рационального осмысления социальной реальности. Массовая культура, превратившаяся в индустрию, полностью утрачивает эти функции и служит утверждению и легализации общества потребления, интересов власти и бизнеса. Она парализует критическое мышление, служит своеобразным наркотиком, отвлекающим людей от реальных проблем и противоречий обществен-

ной жизни. Аудитория СМИ, потребляющая стандартную «культурную продукцию», становится пассивной и легкоуправляемой, приучается мыслить стереотипами. Индустрия культуры становится механизмом воспроизводства тотальной потребительской идеологии, легитимизирующей сложившийся социальный порядок. Стандартизированное культурное производство есть логическое продолжение стандартизированного производства товаров в других сферах экономики. Собственно, сама культура превращается с помощью средств массовой коммуникации в одну из отраслей экономики. Она утрачивает функцию духовного развития человека. Отмечая многочисленные черты стагнации и регресса западного индустриального общества, авторы связывали это явление с тенденцией к тоталитарному государственному управлению и с исчезновением свободной инициативы.

В. Беньямин (1892–1940) - немецкий философ, один из представителей Франкфуртской школы, историк культуры, литературный критик. Наибольшее влияние на неомарксистскую социальную философию и социологию искусства Беньямин оказал своей статьей «Произведение искусства в век его технической репродуцируемости», опубликованной в «Журнале социальных исследований» (№ 1 за 1936 г.). В ней он выдвинул идею, согласно которой технически репродуцируемое произведение искусства окончательно утрачивает «ауру», порывая связи как с религиозным культом, так и с эстетским его обожествлением, и вступает в связь с политикой, превращаясь в орудие массовой политической борьбы за революционное низвержение капитализма. Эта идея диссонировала с пессимистическими представлениями Франкфуртских теоретиков о массовом искусстве и массовом сознании, которое представлялось им скорее «авторитарным». Идею «сплошной» политизации искусства (прежде всего кинематографа), осуществляемую на базе его новой техники («производительных сил»), Беньямин противопоставляет тому, что он называл фашистской «эстетизацией политики».

Идеолог «новых левых» **Г. Маркузе** (1898-1979) в исследовании «Одномерный человек» (США, 1964) утверждал, что общество потребления делает человека одномерным в своих действиях, поступках, мышлении, создаёт иллюзию фактического равенства людей. Сам «одномерный человек» всё чаще выступает частичкой поведения массы. «Массовизация общества», ведя к росту межличностных контактов, одновременно приводит к их упрощению, к формальному характеру, что оборачивается «атомизацией» человека и усилению его одиночества. Человек теряет способность принимать самостоятельные решения, перестаёт нуждаться в свободе. Маркузе развивал тему нового революционного авангарда, считая, что рабочий класс перестал быть революционной силой в странах развитого капитализма. Его острая критика современного западного общества, отмеченного печатью бюрократизма, бездуховности, ростом потребительской психологии, импонировала прогрессивно мыслящей части интеллигенции и студенчества.

Последний крупный неомарксист Франкфуртской школы – **Ю. Хабермас** (р. 1929). В своей работе «Структурная трансформация публичной сферы. Ис-

следование категории буржуазного общества», увидевшей свет в 1962 г., автор рассматривает особенности взаимосвязей медиа и общества, причем важная роль в подходе отводится историко-социологическому анализу. Хабермас показывает (преимущественно на материале, относящемся к Великобритании XVIII и XIX веков), как в эпоху зарождения капитализма возникла публичная сфера, а потом - в середине и конце XX века - она пришла в упадок. Под публичной сферой Хабермас понимал некоторое пространство, обеспечивающее возможность ассоциациям граждан обсуждать и влиять на решение актуальных проблем их жизни, прежде всего, социально-политического порядка. Развитие публичной сферы Хабермас связывает с появлением и усилением страты буржуазии, состоящей из образованных и обладающих достаточной собственностью индивидов. Эта сфера позволяла любому желающему рационально обсуждать проблему, присоединиться к дискуссии и знакомиться с ее материалами. Именно в этой сфере и формировалось общественное мнение. К середине XIX века была сформирована буржуазная публичная сфера с ее характерными чертами: открытой дискуссией, критикой действий власти, полной подотчетностью, гласностью и независимостью действующих лиц от экономических интересов и контроля государства.

По мере развития буржуазной публичной сферы постепенно вызревали тенденции, которые привели к ее качественным трансформациям. С одной стороны, это было связано с переходом капитализма в индустриальную фазу, что, в свою очередь, предполагало формирование массового рынка товаров и услуг. И если раньше газеты, прежде всего, обеспечивали пространство диалога и критических дебатов граждан, то теперь на первый план вышли цели собственника медиа по максимизации прибыли. К проблеме трансформации публичной сферы непосредственное отношение имело и доминирование массовых средств коммуникации: место гражданина в пространстве дебатов публичной сферы стали заменять посредники в форме медиа. Причем вместо обеспечения условий для рационально-критических дебатов медиа фактически манипулируют общественным мнением. Отнюдь не случайно, что современный политический процесс стал невозможен без изощренных форм PR и рекламы, зачастую оставляющих гражданам лишь возможность пассивного наблюдения за происходящим.

Во-вторых, развитие массового рынка товаров и услуг оказалось сопряженным с размыванием сложившихся ранее границ частного и публичного. Продукты коммерческой культуры одновременно предполагают исключительно ее частное потребление - в смысле отсутствия последующих коллективных дебатов и обсуждений. Тем самым социальные связи ослабляются, граждане становятся зрителями.

Последнее объективно связано и с другим моментом. Транслируемые образцы массовой культуры ориентированы на завоевание все более широких рынков. Это, в свою очередь, предполагает обеспечение массового интереса посредством распространения упрощенных, тривиальных культурных продуктов. Согласно Хабермасу, здесь можно выделить две противоречивые тенденции. С

одной стороны, дифференциация рынка приводит к развитию сегментов, направленных на хорошо образованных потребителей сложной культурной продукции. С другой стороны, массовая культурная продукция предполагает невзыскательные вкусы, простоту потребления, ориентированную, в первую очередь, на отдых и удовольствия. Таким образом, за счет распространения материалов массовой культуры реализуются определенные идеологические функции - индивидов «переводят» в деполитизированное состояние, где вопросы, стоявшие в центре рационально-критических дебатов публичной сферы, кажутся лишенными значимости.

Общий вывод, к которому пришли представители Франкфуртской школы, заключается в том, что современное общество технократично и существует за счет распространения ложного сознания с помощью средств массовой информации, а также популярной культуры и навязываемым культом потребления. Массовая культура формирует конформизм, удерживает реакции потребителя в инфантильном, статичном состоянии, позволяет манипулировать его сознанием. Что касается механизмов воздействия масс-медиа на человеческое сознание и поведение, то здесь социологи Франкфуртской школы придерживались мнения о бессознательности восприятия человеком манипулятивных воздействий СМИ. Фактически следуя за Лассуэллом, они рассматривали внушаемую СМИ информацию как одностороннюю индоктринацию индивидов, непосредственно проникающую в сознание человека и лишаящую его возможности рационально мыслить и делать обоснованные выводы.

ЛЕКЦИЯ 4. Структурализм и семиотика, лингвистическая теория массовой коммуникации: основные концепции

На изучение коммуникации большое влияние оказал швейцарский лингвист **Фердинанд де Соссюр** (1857-1913), осуществивший системный подход к анализу языковой и речевой деятельности. В концепции Соссюра язык рассматривается как социальное явление, как средство общения людей. Социальная природа языка исследовалась еще в XVIII веке Д. Дидро и Ж.Ж. Руссо во Франции, В. фон Гумбольдтом в Германии и М.В. Ломоносовым в России. Основная работа Соссюра - «Курс общей лингвистики» - была опубликована посмертно в 1916 г. Шарлем Балли и Альбером Сеше по материалам университетских лекций Соссюра, в которых он сделал вывод о том, что понятия языка и речи не тождественны друг другу.

Язык, согласно теории Соссюра, отличается от речи как социальное от индивидуального; существенное от побочного и случайного. Язык - «функция говорящего субъекта», «продукт, пассивно регистрируемый индивидом», который «не предполагает предварительной рефлексии», а «анализ в нем выступает лишь в области классифицирующей деятельности». Речь - «индивидуальный акт воли и понимания», содержащий, во-первых, «комбинации, при помощи которых говорящий субъект пользуется языковым кодексом», а во-вторых, - пси-

хофизический механизм, позволяющий субъекту объективировать эти комбинации; «в речи нет ничего коллективного».

Речевая деятельность «имеет характер разнородный», а язык «есть явление по своей природе однородное: это - система знаков, в которой единственно существенным является соединение смысла и акустического образа» [50].

Речевая деятельность, речевой акт, по Соссюру, имеет три составляющие: физическую (распространение звуковых волн), физиологическую (от уха к акустическому образу, либо от акустического образа к движениям органов речи), психическую (во-первых, акустические образы - психическая реальность, не совпадающая с самим звучанием, психическое представление о физическом звучании; во-вторых - понятия).

Хотя язык вне речевой деятельности индивидов не существует («это не организм, это не растение, существующее независимо от человека, он не имеет своей собственной жизни, своего рождения и смерти»), тем не менее изучение речевой деятельности следует начинать именно с изучения языка как основания всех явлений речевой деятельности. Лингвистика языка - ядро лингвистики, лингвистика «в собственном смысле слова» [50].

Языковой знак состоит из означающего (акустического образа) и означаемого (понятия). Языковой знак имеет два основных свойства. Первое заключается в произвольности связи между означающим и означаемым, то есть в отсутствии между ними внутренней, естественной связи. Второе свойство языкового знака состоит в том, что означающее обладает протяжённостью в одном измерении (во времени).

Язык составляют языковые сущности - знаки, то есть единства означающего и означаемого. Языковые единицы - это разграниченные между собой языковые сущности. Единицы выявляются благодаря понятиям (отдельно взятая акустическая составляющая делению не поддается): одной единице соответствует одно понятие. Языковая единица - это отрезок звучания, означающий некоторое понятие.

Язык - система значимостей. Значение - это то, что представляет собой означаемое для означающего. Значимость же знака возникает из его отношений с другими знаками языка.

Определение места лингвистики среди других наук Соссюр видит именно в ее связи с семиологией. Семиология, которую он создаёт, определяется им как «наука, изучающая жизнь знаков в рамках жизни общества» [50]. Соссюр утверждает, что семиология должна быть частью социальной психологии и определение ее места - задача психолога. Задача же лингвиста - выяснение того, что выделяет язык как особую систему в совокупности семиологических явлений. Поскольку язык - это одна из систем знаков, постольку лингвистика оказывается частью семиологии.

Теоретическое наследие Соссюра заложило основы семиологии и структурной лингвистики, оказало влияние на французских структуралистов Клода Леви-Стросса, Ролана Барта, Мишеля Фуко.

Клод Леви-Стросс (1908-2009) - французский антрополог, этнограф, социолог и культуролог, основатель и создатель школы структурализма в этнологии, исследователь и компаративист систем родства, мифологии и фольклора.

Изучая соотношение биологического (природного) и социального в человеческом поведении, Клод Леви-Стросс пришел к выводу, что первичным и основным во взаимоотношениях между людьми является наличие формальных структур, что на поведение человека наибольшее влияние имеют символические формы, традиции и ритуалы, принятые в данной культуре.

«Структурная антропология» (1958) Леви-Стросса – сборник статей, объединенных в книгу, которая стала теоретическим фундаментом одноименной дисциплины. Все культурные системы традиционных обществ (правила браков, термины родства, мифы) рассматриваются Леви-Строссом как своего рода языки, как бессознательно функционирующие означающие системы. Эта аналогия с языком обосновывает для него применение в этнологии (или иначе - структурной антропологии) приемов и методов структурной лингвистики. Какой бы материал мы ни взяли, задачей становится нахождение основных бинарных оппозиций (природа - культура, растительное - животное, сырое - вареное), анализ сложных явлений культуры как пучков дифференциальных признаков (подобно тому, как Р. Якобсон изучал фонемы - мельчайшие смыслоразличительные элементы языка).

Языковые аналогии лежат и в основе изучения мифов. В противоположность тем подходам, которые видят в мифе выражение общечеловеческих чувств или же объяснение непонятных явлений, для Леви-Стросса миф – это, скорее, логический механизм разрешения противоречий человеческой мысли о мире. При изучении всей совокупности известных вариантов мифа хаос содержания постепенно перерабатывается в сходство структур. По аналогии с фонемами и морфемами «мифемы» – это пучки отношений, приобретающих смыслоразличительную функцию [15].

В «Структурной антропологии» заложен фундамент новой философской концепции, связанной с пониманием языка, речи, текстов и их структур, а также с социально-философским исследованием человеческих отношений, форм и типов общественного сознания. Эта концепция впитала в себя целый ряд достижений и открытий как в естественных, математических, так и в гуманитарных науках - открытий, совершенных к середине XX столетия. Среди них надо, прежде всего, назвать исследования структур первобытного мифологического мышления и символических форм (Э. Дюркгейм, Леви-Брюль, М. Мосс, Э. Кассирер и др.) и кибернетику вместе с соответствующим развитием математики. Леви-Стросс особое значение придал возможностям (математического) моделирования в их тогда еще необычном применении к этнографическому, антропологическому материалу. (Совместно с математиками Леви-Стросс разработал и содержательно интерпретировал модели, позволяющие понять сложные системы родства в первобытном обществе.) Важнейшим источником концепции Леви-Стросса стало накопление новых знаний в разделе лингвистики, которая получила название «структурной».

Ролан Барт (1915-1980) – французский семиотик, критик, эссеист. Окончил Парижский университет по специальности «классическая филология». С 1955 г. работал в Парижской Высшей школе практических знаний, а с 1976 г. занимал должность профессора в Коллеж де Франс. Известность приобрел после выхода первой книги «Нулевая степень письма» (1953). С середины 1950-х гг. он один из лидеров французского структурализма, теоретик семиотики. Барт применял структурно-семиотический метод для анализа массовой бытовой культуры («Мифологии», 1957), художественной литературы («О Расине», 1963), моды («Система моды», 1967).

Особое место в творчестве Р. Барта занимает проблема мифа и его функционирования в культуре. Согласно Барту, все культурные феномены, все виды коммуникации кодируются в знаковых системах, которые являются продуктом мифотворческой деятельности. По мнению Барта, любое культурно значимое явление представляет собой речевое высказывание, являющееся носителем мифического сообщения.

Французский учёный подходит к проблеме происхождения и сущности мифа с точки зрения семиологии, исследующей знаковые системы любых типов социальной практики в аспекте скрытых смыслов, которые не могут непосредственно актуализироваться в сознании воспринимающих в процессе коммуникации, но требуют расшифровки или «чтения».

Согласно Барту, любые материальные носители мифа /статьи, фотографии, репортаж, кинофильмы, спектакли, изобразительное искусство, реклама, спортивные соревнования, ритуальное поведение в обществе и т.п. становятся своего рода «письмом», поскольку в них присутствует «эффект значения».

Барт рассматривает миф как семиологическую систему, обращаясь при этом к известной модели знака Соссюра, выделявшего в ней три основных элемента:

- означающее
- означаемое
- сам знак, выступающий как результат ассоциации первых двух элементов.

Согласно Барту, миф имеет трехэлементную систему, однако, специфика его в том, что миф представляет собой вторичную семиологическую систему, надстроенную над первой языковой системой или языком-объектом. Эту вторичную семиологическую систему или собственно миф Барт называет «мета-языком», потому что это вторичный язык, на котором говорят о первом.

При исследовании семиологической структуры мифа Барт вводит свою оригинальную терминологию. Означающее, подчёркивает он, может рассматриваться с двух точек зрения: как результирующий элемент первой языковой системы и как исходный элемент мифологической системы. В качестве конечного элемента первой системы Барт называет означающее смыслом, в плане мифа – формой. Означаемое мифологической системы получает название концепта, а её третий элемент представляет значение. Это вызвано, по мнению

Барта, тем, что выражение знака двусмысленно, т.к. означающее мифа уже образовано из знаков языка.

Согласно Барту, третий элемент семиологической системы – значение или собственно миф – создаётся за счёт изменения отношения между концептом и смыслом. Значение мифа представляет постоянное чередование смысла означающего и его формы, языка-объекта и метаязыка. Именно эта двойственность, по Барту, определяет особенность значения в мифе. Хотя миф это сообщение, определяемое в большей степени своей идеей, тем не менее буквальный смысл заслоняет эту идею.

Для иллюстрации данного семиотического истолкования мифа Барт приводит два наглядных примера.

Первый пример: высказывание из Басни Эзопа «quia ego nominor leo» (потому что я зовусь львом), приведенное в учебнике грамматике.

В этой фразе два смысла. Первый смысл - непосредственный, показывает, что речь идет о льве. Второй смысл обращен именно к ученику пятого класса, а не к слушателю басни Эзопа. Он сообщает следующее: я емь пример, который должен проиллюстрировать правило согласования предикатива с подлежащим. Истинное значение фразы не в том, чтобы передать что-либо о льве, а в том, чтобы привлечь внимание к определенному типу грамматического согласования. Но второй смысл определяется семиологической системой, настроенной над первой.

Второй пример: изображение на обложке журнала молодого африканца во французской военной форме, который, беря под козырек, глядит на развивающийся французский флаг.

Однако это лишь непосредственный смысл изображения, над которым выстраивается вторичная семиологическая система.

Мифологический смысл этого изображения заключается в том, что Франция - это великая Империя, и все ее сыны, независимо от цвета кожи, верно служат под ее знаменам [17]. Согласно Барту миф выполняет различные функции:

- он одновременно обозначает и оповещает,
- внушает и предписывает,
- носит побудительный характер.

Обращаясь к своему «читателю», он навязывает ему свою собственную направленность. Натурализация концепта является основной функцией мифа. Миф стремится выглядеть как нечто естественное, «само собой разумеющееся». Он воспринимается как безобидное сообщение не потому, что его замыслы тщательно скрыты, иначе они утратили бы свою эффективность, а потому, что они «натурализованы». В результате мифологизации означающее и означаемое представляются «читателю» мифа связанными естественным образом. Любая семиологическая система есть система значимостей, но потребитель мифов принимает значение за систему фактов. Согласно Барту «прочтение» мифа совершается мгновенно, поскольку он производит непосредственный эффект. Его

воздействие оказывается сильнее любых рациональных объяснений, которые могут опровергнуть его позже.

Уже сама знаковая деятельность, по Барту, связана с мифотворчеством. Миф – это «похищенный язык». При этом обычный язык, по мнению Барта, чаще всего «похищается» мифом, поскольку в нём самом содержатся предпосылки для мифологизации – знаковый механизм, предназначенный для манифестации (воззвания, призыв) идей говорящего, то, что называется экспрессивностью языка. Поскольку смысл, как подчёркивает Барт, никогда не находится в мифе в «нулевой степени», концепт всегда имеет возможность деформировать его. Миф может даже воспользоваться отсутствием смысла и придать ему значение абсурда, сюрреалистичности и способен извратить всё, даже само стремление избежать мифологизации.

По собственному признанию французского учёного, стимулом к его размышлениям над проблемами мифотворчества явилось стремление к демистификации таящегося в знаковых системах современного общества, в том числе и различных видов коммуникации, идеологического обмана. Одна из наиболее блестящих работ Барта «Мифологии» была задумана как серия разоблачительных очерков мистифицированного сознания массового общества. По мысли Барта, семиология должна служить для разрушения господствующих идеологических языков, выполнять критическую функцию.

Рассматривая различные явления повседневной культуры (еда, жилище, досуг, структура города, мода, масс-медиа, литература, сфера межличностного общения), Барт приходит к выводу, что современная масс-культура в цивилизованном обществе несколько не менее мифологична, чем первобытная культура. Суть мифа остаётся та же – обращение продуктов культуры в «природные вещи». Миф питает сознание людей, живущих в мире вечных ценностей.

Теоретические исследования Барта сыграли выдающуюся роль в раскрытии семиологической природы мифа, «тайны» его возникновения и функционирования. Обращение к скрытым означаемым коннотативных знаковых систем связано с попыткой переориентировать семиологию на выявление непосредственно неосознаваемых людьми смыслов и значений, механизмов манипуляции сознанием людей и управления их поведением в условиях современного массового общества с точки зрения порождения и разоблачения всевозможных мифов.

Другой известный французский мыслитель **Мишель Фуко** (1926-1984) работал над проблемой изучения условий функционирования специфических дискурсивных практик. Формулируя цельную характеристику классического истолкования дискурса, он отмечал, что дискурс – это «насилие, которое мы совершаем над вещами», существующими в объективной окружающей нас реальной действительности; их мы можем только обозначить, назвать. Далее Фуко уточняет, что «дискурс – это всегда не более чем игра»: игра письма, игра чтения или игра обмена, но в любом случае «этот обмен, это чтение, это письмо всегда имеют дело только со знаками», а это реально означает, что, попадая, таким образом, в разряд означающего, дискурс анализируется в своей реальности.

Дискурсивные образования, по мнению ученого, появляются, формируются и развиваются в конкретных условиях определенной культурно-исторической практики. Фуко создает свою модель философского объяснения различных социальных явлений, исследуя процесс эволюционного изменения понятийного аппарата, характерного для разнообразных отраслей науки. Например, Фуко изучает дискурсы «медицинской практики», «безумия» (психиатрия представляет собой разумный дискурс о безумии) и некоторые другие темы.

Интересны также идеи Фуко, касающиеся вопросов неразрывной взаимосвязи знания и власти. Ученый анализирует, как знание порождает власть, и основным способом анализа становится изучение многочисленных, непрерывных, разнородных траекторий дискурсов, практик и событий, а также определения их взаимосвязей. Еще его интересуют методы, технологии, извлекаемые из знания (особенно научного знания) и их использование различными социально-политическими институтами в целях осуществления власти над людьми [44].

Итак, структурно-лингвистический подход к массовой коммуникации, как отмечает Л.Д. Подгорная, представлен тремя основными направлениями: классическим структурализмом, который воплотился в творчестве швейцарского лингвиста Ф. де Соссюра; современным структурализмом, проявленным в творчестве Р. Барта и К. Леви-Стросса, создавших семиотическую модель коммуникации; а также постструктурализмом, воплотившемся в творчестве М. Фуко.

Классический этап в развитии структуралистского направления закладывает теоретические основы изучения социальных явлений, главным образом, явлений культуры, которые имели коммуникативную природу и воспринимались как различные, прежде всего, языковые системы. Современный этап в развитии структурализма берет свое начало в творчестве известного французского ученого-антрополога К. Леви-Стросса, который использовал структурный подход для исследования антропологических проблем системы родства, тотемизма, ритуалов, масок, мифов примитивных обществ, рассматривавшихся как особого вида языка и системы коммуникации. Продолжателем структуралистских идей стал другой французский ученый-лингвист Р. Барт, который применил структурный метод для исследования всей социальной реальности, состоящей из различных знаковых систем. Такие, например, социальные явления, как телевизионные шоу, мода, соревнования по борьбе, пища и многие другие, рассматривались им как специализированные языки, играющие значительную роль в обеспечении и функционировании коммуникативных процессов общества.

Постструктурализм является современным направлением развития структурной лингвистики и ярко представлен в творчестве М. Фуко, занимавшегося проблемами создания и преобразования дискурсивных образований. Определяя понятие «дискурса» как речевые и письменные документы, которые появляются, формируются и развиваются в конкретных условиях определенной культурно-исторической практики, французский ученый создает свою модель объясне-

ния социальных явлений через анализ эволюционного изменения понятийного аппарата, характерного для разнообразных отраслей науки.

ЛЕКЦИЯ 5. Психологические подходы к изучению массовой коммуникации

Для рассмотрения междисциплинарных подходов к изучению массовой коммуникации, в том числе психологических, необходимо обратиться к понятию дискурса. Дискурс в 60-70-х гг. XX века понимался как связанная последовательность предложений или речевых актов. К концу 80-х гг. XX века под дискурсом начинают понимать сложное коммуникативное явление, сложную систему иерархии знаний, включающую, кроме текста, ещё и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата и др.), необходимые для понимания текста.

К настоящему времени в академической среде сложились научные школы и направления, предлагающие собственные оригинальные теоретические модели дискурса и способы проведения дискурс-анализа.

КОГНИТИВНАЯ ТЕОРИЯ ДИСКУРСА ТЕУНА ВАН ДЕЙКА. **Теун Ван Дейк** (р. 1943) - нидерландский лингвист, один из пионеров теории текста, теории речевых актов и анализа дискурса. Занимается исследованием языка СМИ. В основе классификации теорий дискурса Ван Дейка лежит дисциплинарно-генетический подход, который был сформулирован в вводной статье к первому тому редактируемого им четырехтомника «Справочник по дискурс-анализу» (1985).

В своей статье Ван Дейк представляет дискурс-анализ в качестве новой кросс-дисциплины, развитие которой связано с постоянным расширением предметной области исследования, с подключением к изучению дискурса все новых дисциплин, что в итоге приводит к образованию разнообразных отраслевых направлений дискурс-анализа в гуманитарных и социальных науках.

При этом расширение предметного поля дискурс-анализа рассматривается Ван Дейком как результат интегративных междисциплинарных процессов.

Появление первых специализированных работ по теории и практике дискурс-анализа Ван Дейк связывает с публикациями в 1964 и 1968 годах во Франции сборников статей, в которых печатались работы Тодорова по применению структурной лингвистики и семантики к литературе, первые работы по семиотике и семиологии Барта, Эко и других авторов.

Благодаря соединению структурного анализа с семиотическим, предметная область дискурс-анализа расширилась до изучения продукции массовой культуры и массовых коммуникаций (кинематограф, реклама, СМИ, мода и др.).

В то же время в 60-е гг. XX века начинается бурное развитие новых отраслей лингвистики, что приводит к появлению социолингвистических, этнолингвистических и иных социокультурно-ориентированных лингвистических

теорий дискурса. В свете новой лингвистики предмет дискурс-анализа расширился до изучения культурных стилей, вербального искусства, адресных форм, изучения социальных и культурных контекстов разнообразных видов коммуникаций: беседы, рекламы, новостей.

В итоговой части своего краткого обзора процесса становления дискурс-анализа Ван Дейк делает ряд общих выводов. Отмечается, во-первых, что ранний интерес к проведению систематического дискурс-анализа был по преимуществу структуралистским предприятием, связанным с применением структуралистского подхода в лингвистических и антропологических исследованиях. Предметом изучения становились не только народные жанры и мифы, но также и ритуальные интерактивные взаимодействия. Во-вторых, в 1960-х гг. дискурс-анализ обогатился семиотическими методами исследования текстов, средств массовых коммуникаций и коммуникативных событий. В-третьих, появление новых исследовательских направлений в рамках лингвистики способствовало дальнейшему развитию дискурс-анализа как в рамках лингвистических исследований, так и за их пределами.

Появление на свет дискурс-анализа в статусе самостоятельной дисциплины, по Ван Дейку, приходится на период 1972-1974 гг. В начале 1970-х гг. появляются первые монографии и коллективные работы, полностью или частично посвященные дискурс-анализу как особой междисциплинарной отрасли знания.

В начале 1970-х гг. в рамках социолингвистики возникли теории повседневного, разговорного дискурса, а в рамках философии языка – теория речевых актов, в которых основное внимание стало фиксироваться на экстралингвистических измерениях дискурса, а именно - на интенциях говорящего, верованиях, ценностных ориентациях, отношениях между говорящим и слушающим.

Одновременно область повседневного дискурса становится предметом изучения новых социологических дисциплин: микросоциологии и феноменологической социологии. Естественный и спонтанный язык разговорного общения стал рассматриваться сквозь призму лингвистической прагматики и социальных ситуаций. Дискурс-анализ приобрел диалогическое и ситуативное измерения (ситуативный разговорный дискурс-анализ).

Еще, по крайней мере, две дисциплины, по мнению Ван Дейка, внесли свой существенный вклад в появление новых теорий дискурса в 1970-е гг. Это когнитивная психология и информатика. Развитие когнитивной психологии привело к зарождению психологических теорий дискурса, или дискурсивной психологии. Развитие информатики обогатило дискурс-анализ новым категориальным аппаратом, описывающим воспроизводство знания в искусственной памяти.

В течение последующего десятилетия (1974-1985гг.), по мнению Ван Дейка, усиливается дисциплинарная интеграция в сфере дискурс-анализа. Междисциплинарный процесс изучения дискурса становится все более однородным и автономным. Дискурс-анализ превращается в супердисциплину, в исследовательское пространство которой вовлекаются все новые и новые объек-

ты. Дискурс-анализ проникает в юридическое пространство, делая предметом своего исследования юридические документы и отношения, имеющие текстуальную и диалогическую природу. Изучение массовых коммуникаций эволюционирует от контент-анализа к более сложному дискурс-анализу медиатекстов и медиа-выступлений. Здесь так же, как и в семиотике, подвергаются систематическому анализу не только вербальные, но и визуальные дискурсы – фотографии, фильмы, комиксы и т.д. Клиническая психология обращается к изучению терапевтического дискурса, социальная психология – к взаимодействию когнитивных и социальных аспектов побудительной коммуникации, к ситуативному анализу вербальных взаимодействий, опосредованных дискурсом.

С середины 1980-х гг., считает Ван Дейк, дискурс-анализ вступает в этап развития внутриотраслевой специализации. Появляются специализированные теории дискурса, например, такие, как теория идеологического дискурса, теория этнических дискурсов, теория дискурса социальных меньшинств, теория дискурса расизма и др. В дискурс-анализе возникают новые идейно-теоретические направления. Одним из наиболее широких и разветвленных направлений становится критический дискурс-анализ (сокращенно КДА). В особую отрасль выделяется анализ политического дискурса. Сам Ван Дейк в последние годы специализируется в области исследования идеологического дискурса [48].

ТЕОРИЯ ПРАЙМИНГА И МОДЕЛИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ПАМЯТИ ПРИ УСВОЕНИИ СООБЩЕНИЙ СМИ. Прайминг – популярное направление в рамках научных исследований медиавоздействия, изучающее когнитивные структуры, задействованные в процессе обработки информации. Эффект прайминга имеет место, когда массовая информация активизирует в сознании членов аудитории мысли и чувства, соотнесенные с ее содержанием. Поступающая через масс-медиа информация стимулирует понятия, мысли или знания, приобретенные в прошлом и имеющие отношение к содержанию новой информации. В течение определенного периода времени после просмотра фильма или передачи существует повышенная вероятность того, что мысли телезрителя будут «привязаны» к содержанию информации посредством возникающих ассоциаций или воспоминаний. Иногда образуются постоянные связи между содержанием информации и раздражителем, с одной стороны, и связанными с ним психическими образованиями, с другой. Эффект прайминга может обуславливать поведение человека. Под воздействием прайминга индивид может реагировать или действовать определенным образом, причем последствия этих действий могут быть нежелательными. Случаи преступлений-копий – патологические проявления эффекта прайминга.

Однако только очень незначительный процент потребителей массовой информации настолько восприимчив к праймингу, что фактически моделирует или имитирует поведение персонажей фильмов. У большинства телезрителей прайминг вызывает умеренную реакцию, которая ослабевает с течением времени или может вообще не проявляться. Теория прайминга основана на концеп-

ции когнитивных неассоциаций, которая пытается объяснить механизм памяти. Отдельные мысли или чувства, испытанные в прошлом, вспоминаются и ассоциируются с новой информацией. Идеи и представления, связанные с определенными эмоциями, стимулируют ассоциирующиеся с ними чувства и реакции. Семантика мышления телезрителей, как правило, связана с содержанием той информации, которую они получают.

Большинство исследователей при изучении эффекта прайминга используют жестко контролируемый лабораторный эксперимент. В большинстве случаев упор делается на психологическом измерении прайминга, однако многие исследования в области медиавоздействия обнаружили убедительные доказательства реальности прайминга как одного из аспектов воздействия СМИ [20].

СОЦИАЛЬНО-КОГНИТИВНАЯ ТЕОРИЯ АЛЬБЕРТА БАНДУРЫ. **Альберт Бандура** (р. 1925) - канадский и американский психолог, известный своими работами по теории социального научения (или социального когнитивизма). В научном мире широко известны работы Бандуры по моделированию, самоэффективности и подростковой агрессии. Бандура считал, что дети приобретают новое поведение благодаря имитации модели. Одно из проявлений имитации – идентификация – процесс, в котором личность заимствует мысли, чувства. Теория Бандуры предполагает объяснение способов, которыми люди приобретают разнообразные виды сложного поведения в условиях социального окружения. Основная идея теории нашла выражение в понятии научения через наблюдение, что подтверждалось экспериментом с куклой Бобо. Суть этого эксперимента заключалась в том, что дети копировали увиденные ими на экране телевизора агрессивные действия, следуя не командам, а лишь копируя эти действия.

ТЕОРИЯ КУЛЬТИВАЦИИ ДЖОРДЖА ГЕРБНЕРА. **Джордж Гербнер** (1919-2005) - американский психолог, политолог, теоретик медиакультуры, медиапедагог - представил свою коммуникативную модель в 1956 г. Модель подразумевает субъективность, селективность, изменчивость и непредсказуемость коммуникативного процесса, рассмотрение его как открытой системы. Специфической чертой модели является то, что она приобретает различные формы в зависимости от того, какой тип коммуникативной ситуации описывается. Словесное описание модели Гербнера по форме напоминает схему Лассуэлла: 1) кто-то 2) воспринимает событие 3) и реагирует 4) в данной ситуации 5) с помощью некоторых средств, 6) чтобы создать доступное для других содержание 7) в некоторой форме, 8) в контексте, 9) и передает сообщение 10) с некоторыми последствиями. Основные звенья модели – восприятие – переработка - восприятие. Одновременно Гербнер подчеркивает роль и многих других факторов, таких, как случайные помехи, импульсивность, привычки аудитории и т.д., называя это контекстом восприятия.

С 1960-х гг. группа Гербнера занимается исследованиями социальных следствий показа сцен насилия по телевидению. Были предложены новые термины для описания того, как опосредованная СМК реальность может влиять на убеждения людей и т.о. определять их поведение. Авторы назвали этот процесс

«основным потоком», предполагая, что содержание телевизионных сообщений «культивирует», формирует мнения людей. В частности, люди, часто наблюдающие сцены насилия на экране ТВ, склонны ждать их повторения в реальной жизни, даже если с ними и / или в их присутствии ничего подобного не происходило. Авторы теории культивирования полагают, что просмотр сообщений СМК ведет к выработке стереотипных, искаженных и селективных представлений о социальной реальности, являющихся отражением картины мира, навязываемой как выпусками новостей, так и кинофильмами. Телевидение открывает зрителю органичный мир взаимосвязанных (как реальных, так и придуманных) историй, зритель же воспринимает его как целое, недифференцированное, не как окно в мир или отражение мира, но как мир сам по себе. Культивируется не только взгляд на мир, но и социальные роли и ценности [51].

СЕМИОСОЦИОПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ Т.М. ДРИДЗЕ. Тамара Моисеевна Дридзе (1930-2000) - российский социолог, академик Международной Академии Информатизации, доктор психологических наук, профессор социологии, создатель эоантропоцентрической парадигмы социологии и семиосоциопсихологической парадигмы социальной коммуникации, ситуационной концепции социокультурной динамики, методологии прогнозного социального проектирования и концепции социально ориентированного социального управления, семиосоциопсихологической концепции лингводидактики. Вся ее научная деятельность была связана с Институтом социологии РАН.

Семиосоциопсихология (первоначальное название лингвосоциопсихология) - наука о процессах функционирования текстов в обществе. Основное внимание здесь обращено не к содержательной стороне любых целостных, завершенных коммуникативных актов (по Дридзе, текстов), а к его мотивационно-целевой структуре, что позволяет входить в широкий контекст человеко-средовых взаимодействий. Семиосоциопсихология опирается не только на накопленные наукой знания о языке, но и на знания о человеке как активном субъекте деятельности, который не только познает, но и создает окружающий его мир, вступая в коммуникативные взаимодействия. Эта деятельность не только сопутствует всем другим видам деятельности людей, связывая их в единое целое, но и является самостоятельно мотивированной и целенаправленной предметной деятельностью, существенно влияющей на образ жизни людей и на социокультурные процессы.

В рамках семиосоциопсихологии текст рассматривается как целостная иерархическая содержательно-смысловая структура, объединенная авторской интенцией (замыслом). Основная задача метода (в ряде работ Дридзе он носит также название информативно-целевой) состоит в том, чтобы оценить конкретный текст с точки зрения его первичной и вторичной информативности. Первичная информативность характеризуется не абсолютным количеством информации в тексте, а лишь той ее частью, которая становится достоянием воспринимающего человека. Первичная информативность описывает потенциальную способность конкретного текста донести замысел, основное коммуникативное намерение автора до потребителя.

Интенциональный (мотивационно-целевой) анализ ориентирован на свойство их вторичной информативности. Это свойство допускает многофункциональную интерпретацию содержания текста. Обращаясь к тексту, пользователь далеко не всегда извлекает ту информацию, которая отражает коммуникативное намерение автора, в результате возникают т.н. «смысловые ножницы».

Итак, мы рассмотрели некоторые из теорий, в той или иной степени затрагивающие психологическое воздействие СМИ на человека, а также рассматривающие изменения в поведении и психике людей как следствие медиавоздействия.

ЛЕКЦИЯ 6. Микросоциологические подходы к изучению коммуникации

Изучением повседневной коммуникации сегодня занимаются многие ученые разных стран. Особый вклад в эти исследования, связанные с развитием и обоснованием микросоциологического подхода к межличностной коммуникации, внесли американские и британские ученые. Благодаря их усилиям это направление, исследующее социологию позиционного и интерактивного социального контакта и тесно связанное с психологией межличностного и группового взаимодействия, культурологией, антропологией, социологией организации и теорией сетей, стало чрезвычайно плодотворным и популярным в последние десятилетия. Социологи этой школы активно используют методы эмпирической науки, исследуя микроструктуры, ячейки, субъязыки коммуникации.

Результаты этих исследований становятся незаменимым материалом для обобщений более высокого уровня, способных служить задачам философской рефлексии социального порядка. Поэтому в социологии коммуникации они занимают раздел, соприкасающийся с теориями среднего уровня, - обобщающими концептуализациями эмпирической социологии, такими, как теория структуризации Э. Гидденса, теория сетевого анализа и пр. Остановимся на некоторых основополагающих концепциях в рамках указанного подхода.

ТЕОРИЯ СТРУКТУРАЦИИ И СОЦИОЛОГИЯ КОНТАКТА В РАБОТАХ ЭНТОНИ ГИДДЕНСА. Ученым, придавшим широкий концептуальный смысл микроисследованиям социологии повседневной коммуникации, является британский социолог **Энтони Гидденс** (р. 1938).

Гидденс, отталкиваясь от нормативного уровня повседневных практик, одним из центральных своих понятий выдвигает понятие структуризации как способа конституирования социальной реальности. Согласно этой концепции повседневная коммуникация формирует согласованные поведенческие практики членов общества в виде социальных рутин и институтов. Гидденс отмежевывается от абстрактных «теорий общества», подобных системной теории или теории структурного функционализма, рассматривающих общество как единый самостоятельный объект, не нуждающийся в предваряющем эмпирическом ис-

следовании практик составляющих его людей и не учитывающий свободы этих практик. Ученый претендует на создание теории среднего уровня, являющейся обобщением именно подобных микроисследований и предоставляющей этим исследованиям инструмент концептуализации. Хотя теория структуриации является лишь одним из теоретических элементов в его социологической системе, именно ей отводится роль сцепляющего звена между микросоциологическим и макросоциологическим комплексом социологических знаний.

Основной тезис теории структуриации состоит в том, что социальные структуры не носят априорного характера, а складываются в ходе человеческой деятельности в социальных пространстве-времени и в рамках доступных ей степеней свободы. Понятие структуриации помогает вписать элементы повседневной практики в различные виды социальных образований, без использования предзаданной сетки понятий, таких, как «институты», «классы» и т.д.

Другая особенность гидденсовской концепции заключается в том, что она предпочитает исследовать социальные связи не в абстрактном «социальном пространстве», а в реальном времени-пространстве, в контексте физических и физиологических процессов человеческой деятельности. Благодаря тому, что структуриация начинается на низовом уровне повседневных социальных практик, каркас теории становится весьма мобильным и гибким. По сравнению с нормативистскими теориями общества (Ю. Хабермас и др.) и теориями институционализма (Т. Веблен и др.) нормативный уровень рассматривается Гидденсом не как жестко заданный в каждый исторический момент, а как достаточно свободно конструируемый в потоке реального времени-пространства, путем социального творчества.

Социология Гидденса является социологией социального контакта. В качестве социальной реальности для него выступают непосредственные социальные взаимодействия людей, прежде всего, в ситуациях «соприсутствия». Другими словами, речь идет о коммуникации, понятой не как языковое общение, а о коммуникации, возникающей из непосредственных межличностных обменов сообщениями. Ситуация знаковых обменов «лицом к лицу» является конечным элементом реальности, из их многообразия складывается социальность. Внутри каждой индивидуальной коммуникативной ситуации знаковые метасистемы, в том числе фонетический язык, играют рядовую роль наравне с целым множеством иных языков, включенных в общение. Большую роль, чем язык слов, для Гидденса играет язык жестов, оговорки, возгласы, взгляды, наблюдение деталей ситуации, т.е. молчаливые поведенческие реакции, которые в каждом конкретном случае имеют природу знаков. В силу неизбежной контекстуальности коммуникации языковые метасистемы могут легко менять свои семантики, так что информация не может быть прочитана вне этого контекста.

Именно в рамках конкретных коммуникативных ситуаций «соприсутствия» происходит коммуникация, которая играет решающую структурирующую роль в обществе [40].

ЭТНОМЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД НА ГРУППОВУЮ КОММУНИКАЦИЮ.

Этнометодология изучает способы и ситуации взаимопонимания людей в самых обыденных, рутинных ситуациях. По замыслу основателей, американских исследователей повседневного взаимодействия людей **Гарольда Гарфинкеля** (1911-2011) и **Харви Сакса** (1935-1975), она призвана обосновывать методологический аппарат изучаемых в культурной антропологии форм примитивного, ненаучного познания и обращения с социальной действительностью. Поэтому она склонна использовать наблюдения и сравнения коммуникативного поведения на примере различного этнографического материала, активно обращаясь к коммуникации в недрах маргинальных субкультур и разъясняя механизмы общения в сложных обществах на примере элементарных форм простых обществ.

Для этнометодологии характерно сведение социальной коммуникации к организации речевых актов и взаимопониманию субъектов - участников «разговора». Сама социальная реальность, согласно рассуждениям Гарфинкеля, «конструируется» в процессе речевой коммуникации. Отождествляя социальное взаимодействие с речевой коммуникацией, он обращает внимание «не на то, что сказано», а на то, как сказано, не на смысл, а на нормы общения. Социальное, по Гарфинкелю, становится возможным исключительно благодаря тому, что коммуникация субъектов осуществляется по некоторым правилам, точнее, «правилам говорения». В обычном «разговоре» субъектов при этом неизбежно присутствуют не упоминаемые эксплицитно элементы взаимного понимания. И понимание устанавливается не только на основе сказанного, но и на основе невысказанного. Другими словами, понимание часто достигается в результате не актуального разъяснения, а наличия заранее известного, т.е. существования некоей «подлежащей модели» понимания, временной последовательности речи, схемы выражения мысли. В понимании непременно заключено «фоновое ожидание» соответствующей реакции партнеров, которое проясняет смысл речи, позиции субъектов, оценки и т.д. Любое нарушение этих ожиданий способно повергнуть коммуницирующих в замешательство и разрушить коммуникацию.

В экспериментах Гарфинкеля иллюстрируется, как сильно зависит ход и течение коммуникации от следования ее рутине и шаблонности, выступающим как неписанная коммуникативная норма. Участвующим в эксперименте студентам Гарфинкель велел каждый раз уточнять смысл обыденной коммуникации. Если кто-нибудь говорил «Желаю тебе хорошо провести день», - студент должен был заставить вникнуть в смысл сказанного: «Уточни, в каком смысле хорошо?», «Какую часть дня ты имеешь в виду?».

Подобные расспросы быстро завершались раздражением: «Откровенно говоря, мне наплевать, как ты проживаешь». Стабильность и значимость повседневного общения зависит от неартикулированных допущений культуры о том, что можно сказать. Лишись мы возможности считать эти допущения само собой разумеющимися, осмысленное общение прекратилось бы.

Разговор - один из главных способов, благодаря которому сохраняются стабильность и упорядоченность повседневной жизни. Для того чтобы разговор шел плавно, его участники внимательно следят за репликами друг друга, улав-

ливая меняющиеся интонации, позы или телодвижения. Проявляя взаимно чуткость и такт, они «сотрудничают»: начинают и прекращают взаимодействие, говоря то очереди. Американские социологи **Митчел Дюнайер** и **Харви Молоч** исследовали обмен репликами между пешеходами и бродягами. Даже хронометража разговора, замедления с ответом на долю секунды достаточно для того, чтобы понять реакцию собеседника. Если общепринятые правила, например, как начать и закончить разговор, не выполняются, люди испытывают глубокое и необъяснимое чувство опасности. Авторы исследования называют нарушения подобного рода «вандализмом взаимодействия», который «лишает его жертв способности ясно сказать, что произошло» куда больше, чем физическое насилие или словесное оскорбление [40].

КОММУНИКАЦИЯ СОПРИСУТСТВИЯ В РАБОТАХ ИРВИНГА ГОФМАНА. Большое влияние на современную социальную науку и воззрения Гидденса, в частности, оказали исследования американского социолога Ирвинга Гофмана (1922-1982), касающиеся аспектов драматургического поведения, т.е. поведения, практикующегося в ситуации «соприсутствия» людей. Гофман приводит чрезвычайно утонченные, выразительные замечания относительно мимики, жестов и рефлексивного контроля за движениями тела, которые присущи коммуникации и ответственны за поддержание социального порядка и социальной солидарности. При всем многообразии и комплексности языков, которые использует индивид в повседневном общении, социолог выделил здесь несколько принципиальных моментов.

Первый касается позиционирования или расстановки индивидов. Любой индивид позиционируется относительно потока повседневности, течения собственной жизни, относительно протяженности институционального времени, сверхиндивидуальной структуры социальных образований. Ситуативный характер социального взаимодействия также может быть исследован относительно различных локальностей и зон, посредством которых согласуются обыденные действия индивидов. Локальность (зона) - это физическое место, в котором разворачивается то или иное взаимодействие. Гофман обращает внимание, прежде всего, на телесно значимое физическое пространство.

Например, лицо является не только физическим источником речи, но и основной зоной тела, посредством которой прочитываются опыт, чувства и намерения индивида. Лицо в процессе социальных взаимоотношений индивидов влияет на их физическое расположение в пространстве в условиях соприсутствия. Позиционирование «лицом» к другому или, напротив, спиной к другому означает выражение уважения или неуважения. Во многих культурах лицо связывается с идеей поддержания чувства собственного достоинства. В большинстве случаев индивид сохраняет тщательный и постоянный контроль за выражением лица. Например, хороший дипломат на профессиональном уровне должен уметь всегда быть внешне спокойным и вести себя непринужденно.

Люди тонко чувствуют, как выглядят со стороны, и используют множество уловок, для управления производимым впечатлением. Гофман использует метафору «драматургическое действие», чтобы описать мотивацию и процеду-

ры, подготавливающие публичное выступление людей. Если человек ориентирован на публичное действие, он принимает на себя исполнение «ролей», а пространство действия трактует как «сцену». Роли представляют собой социально заданные ожидания, которым следует личность, имея определенный статус или общественное положение.

В рамках драматургического действия Гофман предложил различать «передние и задние планы». К передним планам относятся социальные пространства, когда люди действуют в соответствии с их формальными ролями. Исполнение ролей на переднем плане предполагает напряжение и игру, зачастую разрывающуюся с собственными внутренними представлениями. Задние планы отождествляются с пространствами, где люди «подбирают реквизит» и готовятся к выступлению в официальной обстановке. Задние планы похожи на театральные кулисы. Они составляют пространство личной безопасности, где люди могут расслабиться, дать выход чувствам, освободиться от самоконтроля. На заднем плане, в отличие от переднего, могут быть допустимы и нарочито выявляться все атрибуты неофициальности: сквернословие, неопрятная одежда, небрежные позы, использование диалекта или ненормативной лексики, невнимание к другому человеку и т.д. Так, официант в зале может быть воплощенной любезностью, а в пределах кухни - грубияном.

Гофман предлагает следующую типологию форм коммуникативного взаимодействия и соприсутствия: 1) встречи («сборища»); 2) общественные события (мероприятия); 3) нефокусированное взаимодействие; 4) фокусированное взаимодействие. Сборища представляют собой сосредоточение людей в контексте соприсутствия. Всякий человек, оказавшийся в этом пространственно-временном диапазоне, делает себя «доступным» для вхождения в сборище. Сборища предполагают обоюдный рефлексивный мониторинг поведения, осуществляемый в контексте соприсутствия. Встречи могут принимать свободную форму, например, обмен дружественными взглядами или приветствиями в коридоре.

Более формализованные контексты встреч называются общественными мероприятиями. Последние достаточно четко ограничены во времени и пространстве, они профессионально организуют контакты с определенными целями. Все типовые формы организации жизни, например, офисный рабочий день, относятся к этому разряду. Но среди них есть и множество нестандартизированных социальных событий, таких, как вечеринки, спортивные мероприятия и т.д.

В ситуации соприсутствия все душевные и телесные проявления человека находятся под жестким самоконтролем. В частности, спонтанные реплики-восклицания всегда носят знаковую функцию, обращенную не к себе, а к окружающим. Только на первый взгляд кажется, что восклицание «Ой!» - обычная неосознанная реакция на происшествие, говорящая о потере контроля над ситуацией. В действительности, анализирует эту ситуацию Гидденс, восклицание демонстрирует другим, что конкретное происшествие является обычной слу-

чайностью, за которую индивид не несет ответственности. «Ой!» является также способом предупреждения других о нестандартной ситуации.

В обыденной коммуникации чрезвычайно важное значение придается доверию. Собственно, доверие как базисное понятие безопасности, приобретает именно посредством межличностной коммуникации лицом к лицу.

Гидденс считает конфликт «доверия против недоверия» базисным для межличностной коммуникации и обращает внимание, что к нему восходит комплекс норм, связанный с требованиями тактичности. Такт или тактичность - неявное концептуальное соглашение участников взаимодействий - является основным механизмом обеспечения доверия.

Для позиционирования и локализации общения важную роль играет физическая дистанция между говорящими, «зонирование». Границы личного пространства обусловлены у Гофмана половыми и тендерными обстоятельствами, а также тесно связаны с различением переднего и заднего плана.

Коммуникация простирается не только в пространстве, но и во времени. Для человека позиционирование осуществляется в рамках «жизненного цикла» или жизненного пути. Это включает, в частности, различные категории социальной идентичности, совмещающиеся с формами классификации возрастов, таких, как «детство» и «взрослость», объединяющие биологические и социальные критерии взросления. В современном обществе на разделение деятельности по зонам также оказывает сильное влияние часовое время, т.е. время, определяемое по часам. Каждый час несет в себе свой вид деятельности для каждого.

К временной географии повседневных контактов привлек внимание шведский ученый **Торстен Хагерстранд** (1916-2004). Он подчеркнул, что структура социальных контактов индивида обусловлена его физическим перемещением и связана с потребностями и конституцией человеческого тела. Эта конституция характеризуется «пределами вместимости» человека: человеку доступно всегда очень ограниченное физическое место в пространстве и времени. И образуемая его перемещениями «география» строго локальна, обусловлена передвижением его тела по региональным секторам повседневной рутины. Локальность человеческого перемещения-присутствия определяется элементарными функциональными факторами: место-время сна, место-время приема пищи, место-время работы и т.д. Между относительно стационарными точками вклиниваются фрагментарные, но мало разнообразные маршруты связанных друг с другом перемещений: завести-отвести ребенка в сад, пойти в гости, провести досуг, отпуск. Именно в рамках этой небольшой территории осуществляются наиболее значимые социальные контакты, живое общение. Схема рутинных перемещений индивида образует узлы, цели его движений. Эти узлы, находящиеся на пересечении разнообразных повседневных траекторий (жилища, места работы, отдыха, школы и т.д.), образуют логистические сети социальной коммуникации. Революционизирующая роль урбанизации в человеческой истории объясняется способностью наделить небольшую «территорию» жизнедеятельности высокой плотностью человеческого физического контакта и

общения. Города - это наиболее удобным образом кристаллизующиеся логистические сети коммуникации.

Логистические сети коммуникации создают пространства, в которых люди могут общаться лицом к лицу. Непосредственное живое общение «лицом к лицу» следует строго отличать от всех видов суррогатного общения с помощью технических средств коммуникации. Оно включает целый комплекс из психофизиологического (в т.ч. тактильного) взаимодействия, аудиовизуального контроля, волевого воздействия, оперативных эмоциональных реакций. На почве этого богатейшего комплекса формируются доверие друг к другу и эмоциональная мотивация к дальнейшему общению. В этом глубокая правота Гидденса и тех подходов, которые изучают социологию социального контакта.

Однако за пределами его внимания оказывается целый спектр коммуникации, создаваемой удаленным общением.

Как бы ни было богато общение лицом к лицу, на его основе невозможно построить сложные коммуникационные схемы. Живое общение предполагает много ограничений и фильтров, среди них и такие, как личные симпатии, недостаток времени, границы физического перемещения, ритуально-вежливая составляющая, предзаданность тем общения и т.д. В рамках своих физических перемещений и контактов никакой индивид не способен образовывать коммуникационные сети, соответствующие сложным институтам современного общества. По сути, Гидденс исследует ту основу социальной коммуникации, которая объединяет традиционное и современное общества. Специфики актуальной коммуникативной ситуации общества здесь еще очень мало. Если сравнить пространственно-временную географию человека традиционного общества и современного человека, станет понятно, насколько отличается коммуникационная среда прошлого от современной. Развитие современного постиндустриального, сетевого общества предполагает формирование культуры, в которой суррогатное общение заслоняет собой и доминирует над живым. Возможно, оно не столь полноценно как контактное повседневное общение, однако оно с успехом удовлетворяет потребность в общении, о чем говорит стремительный рост социальных сетей и форм удаленного общения. И, что является еще более существенным, удаленное общение значительно расширяет функционал социальной коммуникации, открывая возможности возникновения и роста новых форм социального порядка.

Исследования межличностной коммуникации не теряют своей актуальности в условиях современного общества. Напротив, как бы ни развивались новые виды коммуникации и ее технологические средства, базовые основы социального порядка будут определяться тем, как и при каких обстоятельствах происходит первичный социальный контакт, контакт в ситуации соприсутствия. Интерес к этим исследованиям, проходящим на границах между теорией коммуникации и микросоциологией, поможет обогатить теоретические подходы к пониманию современного общества [40].

ЛЕКЦИЯ 7. Теории информационного общества

В результате произошедшей в конце XX века информационной революции развивается новый тип общества – информационное общество.

В информационном обществе создается глобальное информационное пространство, обеспечивается доступ людей к мировым информационным ресурсам, рынок информации и знаний создается и развивается как фактор производства в дополнении к рынкам природных ресурсов, труда и капитала, в системе общественного производства возрастает роль инфраструктуры (телекоммуникационной, транспортной, организационной), благодаря расширению возможностей информационного обмена в национальном и международном масштабе повышается уровень образования, возрастает роль квалификации, профессионализма и способностей к творчеству, создается эффективная система обеспечения прав граждан и социальных институтов на свободное получение, распространение и использование информации как важнейшего условия демократического развития, улучшения взаимодействия населения с органами власти.

Теории информационного общества появились во второй половине XX века. Рассмотрим теории Гарольда Инниса, Герберта Маршалла Маклюэна, Дэниела Белла, Элвина Тоффлера, Фрэнсиса Фукуямы, Манюэля Кастельса и Джереми Рифкина.

Гарольд Адамс Иннис (1894-1952) - канадский социолог, исследователь культуры и массовых коммуникаций.

Учился в Баптистском университете Мак-Мастера в Гамильтоне. Защитил диссертацию в Чикагском университете (1920), где испытал влияние Джорджа Герберта Мида и Роберта Парка, а также познакомился с идеями Торстейна Веблена. Руководил отделом политической экономии Торонтского университета, был президентом Ассоциации экономической истории. Автор трудов по экономической истории Канады. В 1940-е годы занялся исследованием коммуникаций в связи с типами общественного устройства и долговечностью цивилизаций, прежде всего, имперских. Эти работы Инниса («Империя и коммуникация», 1950; «Предвзятость в коммуникации», 1951) оказали воздействие на Эрика Хэвлока, Маршалла Маклюэна, Уолтера Онга, других историков и теоретиков массмедиа.

Гарольд Адамс Иннис высказал мысль о том, что медиатехнологии не являются нейтральными, а оказывают глубокое влияние на взаимоотношения между людьми и развитие общества в целом.

В 1950-е гг. Иннис публикует три сочинения, посвященные проблемам медиа и коммуникации. Поводом для обращения к данной проблематике стало свойственное Иннису ощущение политической нестабильности и культурного кризиса, в котором оказалось западное общество в XX веке. Вопрос, который он стремился решить, сводится к тому, какие факторы обеспечивают жизнеспособность цивилизации и политическое единство крупных государственных объединений.

Иннис полагал, что основным источником социальных изменений являются технологические инновации (что дает возможность противникам данной концепции упрекать его в технологическом детерминизме). Однако, различные технологии – военные, промышленные, административные – оказывают различное влияние на развитие общества. Наиболее значимыми технологиями, согласно Иннису, являются коммуникативные, поскольку любому обществу, для того чтобы поддерживать единство в пространстве и времени, необходимы медиасредства, с помощью которых значимая информация может передаваться и храниться.

Все медиа, согласно концепции Инниса, можно разделить на два типа: пространственно- и временно-ориентированные. Примером временно-ориентированных медиа можно считать такие сложные в обработке или дорогие материалы, как камень и глина, а также пергамент. Их предназначение заключается в том, чтобы обеспечить надежную трансляцию относительно небольшого объема социально значимой информации, поскольку использование данных материалов делает затруднительным производство большого количества текстов. Использование временно-ориентированных медиа предполагает монополию на знание, и, следовательно, жесткую социальную иерархию, и наследственную преемственность власти, поскольку ключевые для общества тексты труднодоступны.

Таким образом, временно-ориентированные медиа способствуют централизации государственного управления, сакрализации знания и, как следствие, единству религиозной и светской власти.

Что касается пространственно-ориентированных медиа, то в качестве таковых Иннис рассматривает, в первую очередь, технологии, связанные с дешевыми и легкими материалами, такими, как папирус и бумага, позволявшие быстро и эффективно доводить большие объемы информации (в том числе значимой для государственного управления, например, законы и указы) до широкой аудитории, способствуя созданию крупных территориально-политических объединений – империй. Пространственно-ориентированные медиа приводят к усилению светской власти и росту бюрократии, тогда как временно-ориентированные медиа способствуют укреплению религиозных ценностей и иерархической социальной организации. Однако пространственно-ориентированные медиа снижают ценность информации, не могут обеспечить ее историческую сохранность, т.е. не могут обеспечить культурную и политическую стабильность. В этом, с точки зрения Инниса, и заключается основная проблема современного общества.

Таким образом, в культурном плане временные медиа предполагают ориентацию на традицию, моральные и религиозные ценности, пространственные – ориентацию на будущее, развитие технологии и светскую культуру. Используя исторические примеры, Иннис стремился показать, что тип используемого медиума оказывается важнее самого сообщения, содержания, которое он предназначен передать, поскольку медиатехнологии как таковые оказывают влияние на социальное взаимодействие, а появление новых медиа неизбежно приводит к

культурным и социальным потрясениям, вызывая к жизни новые цивилизации. С точки зрения Инниса, появление нового типа медиа всегда приводит к социальным потрясениям, т.к. реструктурирует саму систему власти.

Причина подобного влияния медиа на социум заключается в том, что социальные институты так же, как и экономика, являются пространством конкурентной борьбы. Таким образом, борьба за право контролировать новые медиа представляет собой ключевой фактор исторического развития. Так, создание печатного станка И. Гутенбергом привело к кризису власти церкви, основанной на монополии на информацию, подкрепленной, в первую очередь, монополией на выделку пергамента. Эти изменения привели к дестабилизации и распаду существовавшего социального порядка.

Иннис рассматривает четыре основных средства коммуникации, использовавшиеся в домеханическую, т.е. допечатную эпоху: устную речь, глину (камень), папирус и пергамент. Несмотря на то, что устная традиция, на первый взгляд, дает мало возможностей для надежной фиксации информации, устную речь он относит к временно-ориентированным медиа, противопоставляя письменную культуру в целом устной традиции, поскольку сама изменчивость устного слова побуждает общество делать акцент на прошлом, на сохранении традиции, тем самым способствуя сплочению коллектива и препятствуя пространственной экспансии, поскольку устное предание может сохраняться без искажения лишь в рамках малочисленной группы и ограниченной территории. Иннис также подчеркивает связь устного слова и сакрального, т.е. его значение для институциализации магии и религии, поскольку устное предание эффективнее всего транслируется в форме религиозных символов и ритуалов. Однако культуры подобного типа страдают от своеобразного дисбаланса: овладев временем, они оказываются не в состоянии овладеть пространством.

Что касается письменной культуры, то она имеет преимущественно пространственную ориентацию, организуя отношения между людьми с помощью политических инструментов. При этом первоначальное предназначение письменности понималось как средство фиксации устной традиции, однако письменная традиция получила свое собственное развитие, которое привело ее к конфликту с устной. Письменная фиксация сакрального знания предполагает его упорядочивание и отбор – только то знание, которое соответствует возможностям используемого типа медиа, может быть сохранено и осознанно как ценное, кроме того, письменность способствует формированию монополии на знание.

Будучи экономистом, Иннис придавал важнейшее значения конкуренции и монополии не только как экономическим факторам, но и как движущим механизмам культурного развития. Средство коммуникации не является нейтральным носителем информации, но способствует производству и сохранению определенного типа знания и, наоборот, ограничивает развитие других видов. Таким образом, используемый в культуре тип медиа определяет, какой тип знания является более значимым: сакральный или светский, моральный или утилитарный, и, соответственно, предопределяет монополию на знание, принадле-

жащую либо церкви, либо государству. Борьба за подобную монополию и смена «предрасположенностей» культуры в сторону пространства или времени, религиозной или светской составляющей и является причиной формирования и гибели империй и цивилизаций, т.е., в конечном счете, движущим механизмом истории.

Состояние знания, с точки зрения Инниса, во многом обусловлено теми медиа, которые используются для его фиксации и трансляции. Так, например, александрийская наука использовала относительно дешевый папирус, что позволяло производить множество текстов, однако знание становилось фрагментированным и разрозненным. С началом Средних веков основным носителем информации становится более дорогой и долговечный пергамент, что сокращает количество текстов, но делает их более значимыми, а всю систему знания – более связной. Разрабатывая собственную теорию культуры, Иннис уделяет большое внимание экономическим факторам, обуславливающим производство различных носителей информации, таким, как цены на сырье, условия экспорта и импорта, специфика рынков сбыта. Так, преимущественное использование пергамента в эпоху средневековья Иннис объясняет следующим образом: поскольку после усиления ислама на Востоке экспорт папируса оказался затруднен, западная культура была вынуждена перейти на пергамент, который, в свою очередь, потребовал цензуры и сокращения количества используемых текстов, что привело к утрате античной письменной традиции.

Политическим же следствием использования пергамента стала децентрализация и феодальная раздробленность.

Как уже отмечалось, временно-ориентированные медиа позволяют производить и хранить ограниченное количество информации, но эта информация является социально значимой и позволяет обеспечить историческую преемственность власти, но не благоприятствуют территориальной экспансии. Пространственно же ориентированные медиа позволяют возникнуть крупным территориальным объединениям – империям, но не могут обеспечить историческую стабильность, т.е. приводят к кризису власти. (Так, например, проблему преемственности власти в период имперского Рима Иннис связывает с зависимостью римской бюрократии от пространственного медиа – папируса.) Соответственно, для формирования стабильного общества необходим баланс между пространственными и временными медиа. Подобный баланс, с точки зрения Инниса, в западной культуре был достигнут лишь дважды – в Греции и Византии.

Иннис идеализирует греческую культуру. По его мнению, греческая цивилизация своим успехом была обязана двум факторам – мощной устной традиции, и успешной адаптации финикийского алфавита. Однако письменная традиция не вытесняет устную, в греческой культуре продолжает цениться устное слово, процветает жанр диалога. В отличие от письменности, провоцирующей догматизм (здесь можно вспомнить негативное отношение к письму Сократа), диалог предполагает живую мысль, свободный поиск истины. В то же время письменная традиция позволяла грекам эффективно решать административные

вопросы, со своей стороны способствуя укреплению государственности. Таким образом, с точки зрения Инниса, греческой цивилизации в ее классический век удалось достигнуть уникального баланса между развитием индивидуальности и социальной интеграции. Однако, начиная с конца V века до н.э., письменность постепенно вытесняет устную традицию, что приводит к разобщенности и росту индивидуализма в греческом обществе. В итоге греческая культура не смогла противостоять македонскому вторжению. Что касается Византии, то одновременное использование папируса и пергамента позволило власти осуществлять контроль как над пространством, так и над временем. Однако монополия на знание, принадлежащая церкви, являлась негативным фактором, подавляющим творческое начало культуры, что и привело к падению империи.

Поворотным моментом в истории европейской цивилизации становится изобретение в XV веке печатного станка. Новая технология позволила увеличить количество доступной информации, способствовала развитию научного знания и светской государственности, однако породила фрагментацию, в том числе благодаря использованию народных языков, подорвавшему единство ученого сообщества и тем самым единство европейской культуры. Таким образом, появление печатных медиа способствовало пространственной ориентации культуры и росту национализма, милитаризма и бюрократии. Разрушая монополию церкви на знание, механические медиа породили реформацию и религиозные войны, однако, учитывая светскую ориентацию пространственных медиа, религиозные институты, в конце концов, были подчинены государству, а моральные установления – принципам утилитаризма.

В первой половине XX века ведущим типом носителей информации становятся уже не печатные (механические) медиа, а электронные. Развитие новых пространственных медиа, в первую очередь, радио, позволяет охватывать обширные территории. С другой стороны, информация становится еще более краткосрочной, обращение к широким массам приводит к низкому интеллектуальному уровню сообщений и эксплуатации расхожих идей, коммерциализации. Здесь позиция Инниса совпадает с позицией так называемой критической теории, в частности, Франкфуртской школы. Одновременно радио, являясь устным средством коммуникации, открывает новые возможности: теперь представители политических партий, представляющие интересы различных групп, могут обращаться к аудитории непосредственно, минуя журналистов и редакторов. Тем самым радио открывает новые возможности как для обновления политической жизни, осознания и укрепления национального единства, так и для коммерческих структур, порождающих массовую культуру.

Таким образом, основной проблемой современного общества остается проблема монополии на средства коммуникации и, следовательно, на знание (идеологию). Необходимо, чтобы доступ к медиа был обеспечен представителям различных точек зрения, поскольку залогом стабильного развития общества является свободная конкуренция, не только в сфере экономики, но и в сфере идей, т.е. науки и культуры, которые должны быть открыты диалогу [18].

Герберт Маршалл Маклюэн (1911-1980) - знаменитый канадский гуманитарий, посвятивший свое творчество исследованию воздействия средств коммуникации на культуру и человеческое восприятие.

Воззрения Маклюэна на становление и природу современных медиа изложены в двух его книгах - «Галактика Гутенберга» (1962) и «Понимание медиа: внешние расширения человека» (1964). В «Галактике» автор останавливается на вопросе о том, каким образом изобретение И. Гутенбергом книгопечатания изменило представления человека о мире и самом себе и благодаря чему это изобретение вообще стало возможным, в то время как в центре внимания ученого в книге «Понимания медиа» оказываются преобразования современного общества, вызванные появлением электронных СМИ. Основные положения этой диалогии в дальнейшем были развиты в ряде работ, главными из которых являются «Война и мир в глобальной деревне» (1968) и «Законы медиа» (1988).

Маклюэн рассматривал коммуникацию, культуру и технологию 1950-х гг. через призму поэтического видения, что позволило ему создать остроумные, комические, поэтические образы, пронизывающие его работы от самой первой - «Механической невесты» - до посмертно вышедших «Законов Медиа». Отправной точкой концепции Маклюэна является учение о внешних расширениях (extensions) человека. Для него, как и для ряда других гуманитариев, чьи концепции обычно объединяют под рубрикой «технологический детерминизм», движущей силой исторического процесса являются не воля или поступки индивида или человеческих коллективов, а технические новации: исторические деяния и события невозможно осмыслить вне технологического контекста, который их обуславливал [45].

Дэниел Белл (1919-2011) – американский социолог и публицист, основатель теории постиндустриального (информационного) общества. В своей работе «Социальные рамки информационного общества» (1980) Белл связывает научно-техническую революцию, прежде всего, с революцией в сфере телекоммуникаций. Если в первой половине XX века двумя основными формами коммуникаций были газеты, журналы и книги, с одной стороны, и телеграф, телефон, радио и телевидение – с другой, то во второй половине XX века главным становится развитие средств компьютерной связи. В соответствии с этим Белл формулирует пять проблем, которое должно было решить человечество в ближайшие десятилетия:

1. Слияние телефонной и компьютерной систем, телекоммуникаций и обработки информации в одну модель.
2. Замена бумаги электронными средствами.
3. Расширение телевизионной службы через кабельные системы.
4. Реорганизация хранения информации и систем ее запроса на базе компьютеров в интерактивную информационную сеть, доступную всем.
5. Расширение системы образования на базе компьютерного обучения.

Элвин (Олвин) Тоффлер (р. 1928) - американский философ, социолог и футуролог, один из авторов концепции постиндустриального общества. В его основных работах проводится тезис о том, что человечество переходит к новой технологической революции (сверхиндустриальной), т.е. на смену первой волне (аграрное общество) и второй (индустриальное общество) приходит новая, ведущая к созданию информационного, или постиндустриального общества. Тоффлер предупреждает о новых сложностях, социальных конфликтах и глобальных проблемах, с которыми столкнётся человечество на стыке XX и XXI веков.

Научная концепция Тоффлера основывается на идее сменяющихся друг друга волн-типов общества.

Первая волна - это результат аграрной революции, которая сменила культуру охотников и собирателей. Вторая волна - результат индустриальной революции, которая характеризуется нуклеарным типом семьи, конвейерной системой образования и корпоративизмом. Третья волна - результат интеллектуальной революции, т.е. постиндустриальное общество, в котором наблюдается огромное разнообразие субкультур и стилей жизни. Информация может заменить огромное количество материальных ресурсов и становится основным материалом для рабочих, которые свободно объединены в ассоциации. Массовое потребление предлагает возможность приобретать дешёвую, нацеленную на конкретного покупателя продукцию, распределяемую по малым нишам. Границы между продавцом (производителем товара и / или услуги) и покупателем (потребителем) стираются - «prosumer» может сам удовлетворить все свои потребности.

Основные труды Тоффлера: «Шок будущего» (1970), «Третья волна» (1980), «Метаморфозы власти» (1990); работы «Война и антивоина» (1995) и «Революционное богатство» (2006) написаны совместно с Хейди Тоффлер.

Ёсихиро Фрэнсис Фукуяма (р. 1952) - американский философ, политолог, политический экономист и писатель японского происхождения. С февраля 2012 г. - ведущий научный сотрудник Института международных исследований Фримена Сполди при Стэнфордском университете.

Фукуяма стал известен благодаря книге «Конец истории и последний человек» (1992), в которой провозгласил, что распространение либеральных демократий во всём мире может свидетельствовать о конечной точке социокультурной эволюции человечества и стать окончательной формой человеческого правительства. Его работа была переведена на более чем 20 языков мира и вызвала широчайший резонанс в научной среде и средствах массовой информации.

В своем исследовании «Великий разрыв» Фукуяма указывает, что переход от индустриального общества к информационному в экономической сфере имеет как положительные, так и – по своим социальным последствиям – отрицательные черты, которые стали проявляться примерно с 60-х гг. XX века. К основным чертам «великого разрыва» между старыми ценностными нормами и новыми автор относит падение доверия к общественно-политическим институ-

там, рост преступности и социальной дезинтеграции, упадок родственных связей, сокращение браков, уменьшение рождаемости, увеличение числа разводов и внебрачных детей, изменение характера участия людей в жизни друг друга, проявляющееся в непрочности социальных связей, сокращении межличностных обязательств. Потеря ориентации в жизни, некая «промежуточность», когда старые нормы деформированы или разрушены, а новых ещё нет, превращает общество в толпу одиночек.

В отличие от капиталистического общества, которое выстраивает новые нормы для замены тех, которые уничтожаются, информационное общество характеризуется устойчивым спросом на социальный капитал, являющийся «общественным достоянием».

Главной задачей государственной политики становится, по мысли ученого, сохранение и стимулирование роста социального капитала, а основой государственной политики – способность государства обеспечивать общественную безопасность и стабильность прав собственности.

На русском языке вышли книги Фукуямы: «Великий разрыв» (2003, 2006), «Наше постчеловеческое: будущее: Последствия биотехнологической революции» (2004), «Доверие: Социальные добродетели и путь к процветанию» (2004), «Конец истории и последний человек» (2004), «Сильное государство: Управление и мировой порядок в XX веке» (2006), «Америка на распутье: демократия, власть и неоконсервативное наследие» (2006).

Манюэль Кастельс (р. 1942) - американский социолог испанского происхождения - в трехтомном труде «Информационная эра: экономика, общество и культура» (1996-1998) предпринимает развернутый анализ современных тенденций, приводящих к формированию основ общества, которое он называет сетевым. Логика автора достаточно понятна; постулируя, что информация есть по самой своей природе такой ресурс, который легче любых других проникает через всяческие преграды и границы, он рассматривает информационную эру как эпоху глобализации, а средством и одновременно воплощением таковой и выступают сетевые структуры, которые он считает наиболее характерным явлением современного мира.

Первый том трилогии разделен на семь частей, в которых Кастельс весьма подробно, приводя множество конкретных данных, описывает основные логические составляющие сетевого общества. Его анализ начинается с исследования той революции, которую приносит с собой развертывание информационных технологий, т.е. с предпосылок становления новой общественной структуры; далее изучается процесс глобализации современной экономики и рассматривается структурная единица новой организации производства - то, что автор называет «сетевым предприятием» (network enterprise). Однако на этом этапе основная линия повествования как бы прерывается; если в первых двух частях автору удавалось удерживаться в рамках достаточно строгого теоретического анализа, то, начиная с середины третьей части книги, он больше уделяет внимания не структурированному изложению концепции, а приведению огромного количества примеров, иллюстрируя, скорее, свою информированность в вопро-

сах организации хозяйственной жизни в самых разных регионах мира, нежели приверженность ранее выдвинутым теоретическим положениям.

Подобный подход можно понять: профессор Кастельс настолько увлечен идеей противопоставления «информационализма» как исторической формы общества всем предшествующим формам, что стремится если не посредством теоретических доказательств, то, по крайней мере, апелляцией к завораживающим примерам убедить читателя в том, что как в развитых странах, так и на периферии индустриального мира сегодня происходят перемены, равных которым по своей значимости еще не знала история человечества.

Поэтому вторая половина книги воспринимается скорее как заметки стороннего наблюдателя, тщательно фиксирующего наиболее резко выделяющиеся из общего ряда события, наиболее нетрадиционные социальные и экономические формы, нежели как работа ученого, стремящегося обнаружить в происходящих изменениях определенные закономерности и тенденции.

Манюэль Кастельс пишет: «Исследование зарождающихся социальных структур позволяет сделать следующее заключение: в условиях информационной эры историческая тенденция приводит к тому, что доминирующие функции и процессы все больше оказываются организованными по принципу сетей.

Именно сети составляют новую социальную морфологию наших обществ, а распространение “сетевой” логики в значительной мере сказывается на ходе и результатах процессов, связанных с производством, повседневной жизнью, культурой и властью.

С точки зрения более широкой исторической перспективы общество сетевых структур представляет собой качественное изменение в жизни человека. Если мы посмотрим на старую социологическую традицию, согласно которой общественная деятельность на изначальном уровне может быть понята как структура изменчивых взаимоотношений между природой и культурой, мы убедимся, что действительно вступили в новую эпоху.

Первая модель взаимосвязей между этими двумя диаметрально противоположными полюсами людского бытия на протяжении тысячелетий характеризовалась господством природы над культурой. Кодексы социальной организации служили делу борьбы за выживание перед лицом внешних необузданных сил; об этом свидетельствует такая наука, как антропология, проследившая кодексы общественной жизни вплоть до корней формирования нашей биологической сущности.

Следующий тип взаимоотношений сформировался на заре современной эпохи. Он связан с промышленной революцией и с победой разума, когда культура возобладала над природой.

Наше общество сформировалось тогда, когда человечество скинуло иго природных сил и одновременно изобрело свои собственные формы подчинения и эксплуатации.

Сегодня мы вступаем в новую эпоху, когда культура настолько подчинила себе природу, что ее приходится искусственно восстанавливать в качестве одной из культурных форм: именно в этом, по сути, заключается смысл эколо-

гических движений. <...> Мы приблизились к созданию чисто культурной структуры социальных взаимодействий. Именно поэтому информация стала основным компонентом нашей социальной организации, а потоки идей и образов составляют основную нить общественной структуры. Это отнюдь не означает, что история завершилась счастливым примирением человечества с самим собой. На деле все обстоит совсем иначе: история только начинается, если понимать под ней то, что после тысячелетий доисторической битвы с природой, сначала выживая в борьбе с ней, а затем покоряя ее, человеческий вид вышел на такой уровень знаний и социальной организации, который дает нам возможность жить в преимущественно общественном мире. Речь идет о начале иного бытия, о приходе нового, информационного века, отмеченного самостоятельностью культуры по отношению к материальной основе нашего существования. Но вряд ли это может послужить поводом для большой радости, ибо, оказавшись в нашем мире наедине с самими собой, мы должны будем посмотреть на свое отражение в зеркале исторической реальности. То, что мы увидим, вряд ли нам понравится» [42].

Джереми Рифкин (р. 1945) - известный экономист, философ, эколог и общественный деятель, президент Фонда изучения экономических тенденций США. Автор шестнадцати книг о воздействии науки и технологии на общество, экономику, рынок труда и окружающую среду.

В книге «Конец работе» (1996) Рифкин рассматривает двойственный эффект от воздействия научно-технического прогресса на современное производство: с одной стороны, оно ведет к гигантскому повышению производительности труда, а с другой - к беспрецедентному сокращению занятости.

Вследствие Третьей промышленной революции и сопровождающих ее грандиозных социальных трансформаций миллионы людей впервые в истории могут освободиться от многочасовой трудовой занятости и получить возможность обратиться к многообразным формам досуговой деятельности. Мечты о технорэе оказались как никогда близки к воплощению.

Практически все ведущие бизнесмены и большинство экономистов продолжают утверждать, что впечатляющие технологические достижения Третьей промышленной революции принесут благие плоды: позволят снизить стоимость продукции, стимулируют потребительский спрос, создадут новые рынки, а также дадут возможность большему числу людей найти себе хорошо оплачиваемые рабочие места в новых сферах занятости, связанных с высокими технологиями. Но чем ближе осуществление технологической утопии, тем менее привлекательным предстает грядущий мир. Силы рынка по-прежнему ориентированы на рост производства и прибыль, а досуг вытесняемых из сферы занятости людей ничем не обеспечен. Новые технологии могут привести и приводят к росту безработицы и депрессии в глобальном масштабе.

Впервые в истории человеческий труд устойчиво вытесняется из производственного процесса. Меньше чем через столетие практически во всех промышленно развитых странах «массовый» труд окажется упраздненным. Уже сейчас думающие машины замещают людей во всех сферах экономической де-

тельности. Ряды безработных и частично занятых постоянно растут в Северной Америке, Европе и в Японии. Технологическая безработица увеличивается и в развивающихся странах - главным образом, вследствие применения высоких технологий транснациональными корпорациями. Во всем мире ощущаются грандиозные перемены, перемены столь масштабные, что мы вряд ли в состоянии постичь все их значение.

Прежние промышленные технологии замещали физическую силу человеческого труда. Новые, базирующиеся на компьютерах, - заменяют человеческий разум. Более 75 процентов работающих в развитых промышленных странах заняты трудом, заключающимся в исполнении простых повторяющихся функций. Большинство из этих функций способны выполнять автоматы, роботы и компьютеры. В ближайшем будущем более 90 миллионов рабочих мест из 124 миллионов существующих могут быть отданы машинам. Если учесть, что только около пяти процентов компаний в мире начали осуществлять переход к новой машинной культуре, то становится очевидной неизбежность невиданной массовой безработицы в ближайшие десятилетия.

Растущие расходы на рабочую силу побуждают компании замещать живую рабочую силу новыми информационными и телекоммуникационными технологиями, изменять организационные структуры, укорачивать и упрощать процессы производства и распространения товаров, рационализировать управление, обучать работающих выполнять новые разнообразные функции и т.п. Все это способствует повышению производительности труда, но вместе с тем ведет к росту безработицы.

Автоматизация и реструктурирование ведут к вытеснению человеческого труда и во многих областях сервисного сектора. В последние десять лет в США были ликвидированы три миллиона рабочих мест для «белых воротничков».

Не получает подтверждения и миф о том, что сфера малого бизнеса является основным источником создания новых рабочих мест в эпоху высоких технологий.

Данные из различных источников, в том числе данные Международной организации труда ООН показывают, что число индивидуально занятых и работающих в малом бизнесе американцев практически не изменилось с начала 1960-х гг. Ни рыночный, ни публичный секторы не смогут спасти экономику от нарастающей технологической безработицы и ослабления потребительского спроса. Информационные и телекоммуникационные технологии несут угрозу ликвидации десятков миллионов рабочих мест. Новые технологии, возможно, создают новые виды рабочих мест, но число этих мест незначительно. Примером этому может служить биотехнологическая индустрия. Здесь за последние десять лет было создано около 97 000 рабочих мест. Те немногие рабочие места, которые появляются в высокотехнологичной экономике, относятся к сфере, где производится знание. Это значит, что наивно уповать на крупномасштабные программы переобучения массы трудящихся, поскольку далеко не каждый может стать физиком, молекулярным биологом, специалистом в сфере высоких технологий и т.п.

Глубинная технологическая революция изменяет природу современного сельского хозяйства, а это ставит под вопрос будущее фермерского труда во всем мире. В настоящее время с обработкой земли так или иначе связано существование двух с половиной миллиардов людей (почти половины населения планеты). А технологические изменения в производстве продовольствия, вкупе с результатами, получаемыми биологическими науками, ведут к тому, что в мире не будет фермеров. Ученые предсказывают, что в ближайшие два десятилетия практически все процессы фермерского труда в США перейдут под контроль компьютеров. Так, особую роль будут играть управляемые компьютерами роботы нового поколения. Примером может служить Израиль, где этот процесс уже значительно продвинулся. Ученые также предсказывают, что через двадцать лет появится полностью компьютеризированная и роботизированная крупная ферма, подобная промышленным фабрикам без рабочих. Уже существуют многие необходимые для этого технологии.

Новая технологическая и организационная революция начинает оказывать все более ощутимое воздействие и на средние эшелоны делового сообщества, несет угрозу экономическому благосостоянию и безопасности наиболее важной в политическом отношении группе американского общества - среднему классу. В ходе этой революции исчезают рабочие места, приносящие средний по размеру доход. Оформилась новая демографическая группа, получившая название «приходящие в упадок средние». В 1980-е гг. были упразднены более полутора миллионов рабочих мест менеджеров среднего уровня. В начале 1990-х гг. процесс затронул и более высокий уровень менеджмента.

У технологической революции есть еще одна сторона. Эта революция позволяет значительно расширить возможности контроля со стороны менеджеров над процессом производства. Кроме того, введение компьютеризированной технологии резко увеличивает темп и напряженность деятельности на рабочем месте, принуждая работающих приспосабливаться к крайне быстрому ритму. Базирующиеся на компьютерах технологии настолько увеличили объем, поток и скорость протекания информации, что это вызывает у миллионов людей чувство «перегруженности» и «выжженности». Физическая усталость, порождавшаяся темпом прежней индустриальной экономики, заменяется психологической усталостью, порождаемой высоким темпом новой информационной экономики. Сверхэффективная высокотехнологичная экономика подрывает ментальное и физическое здоровье работников во всем мире [47].

Итак, ученые констатируют, что в течение второй половины XX века в США - так же, как и в других экономически развитых странах - постепенно был осуществлен переход к тому, что получило название «информационное общество», «век информации» или «постиндустриальная эра».

Роль информации и интеллекта, воплощенных как в людях, так и во все более умных машинах, становится всеобъемлющей, а умственный труд все в большей степени заменяет труд физический. Производство глобализируется по мере того, как недорогие информационные технологии делают все более легким распространение информации через национальные границы, а средства

быстрой связи - телевидение, радио, факс и электронная почта - размывают границы устойчиво существовавших в течение долгого времени культурных сообществ. Общество, базирующееся на информации, все в большей степени способствует возрастанию свободы и равенства - двух вещей, которые люди в современной демократии ценят больше всего. Свобода выбора - будь то свобода выбора кабельных каналов, дешевых торговых центров или друзей в интернете - приобретает все более неограниченный характер. Иерархии всех видов, и политические, и корпоративные, подвергаются давлению и начинают распадаться. Власть больших, негибких бюрократических образований, которые стремились посредством правил, предписаний и принуждения контролировать все и вся в пределах своей сферы влияния, была подорвана переходом к экономике, основанной на знании; это способствует росту самостоятельности индивида, обретаемой благодаря доступу к информации.

Таким образом, многие преимущества информационного общества очевидны. Сдвиг в сторону информационного общества приветствовался практически всеми исследователями, которые писали о нем. С другой стороны, Ф. Фукуяма, М. Кастельс, Д. Рифкин констатируют, что не все последствия постиндустриального общества носят позитивный характер.

ЛЕКЦИЯ 8. Тенденции изменений массовой коммуникации. Новые медиа в системе массовой коммуникации

Глобализация массовой коммуникации, предсказанная канадским ученым **Гербертом Маршаллом Маклюэном** (1911-1980), в конце XX века выразилась в развитии интернета – всемирной компьютерной сети. Наличие возможности почти мгновенной связи с одновременным использованием визуального и аудиального канала, текстового и невербального сообщения качественно изменило общение. Появилось понятие виртуальной коммуникации. Возможности, которые открывает компьютерная сеть именно для массовой коммуникации, свидетельствуют о начале новой эпохи в развитии коммуникативных систем.

Новые СМИ, или новые медиа (англ. *New media*), – термин, который в конце XX века стали применять для интерактивных электронных изданий и новых форм коммуникации производителей контента с потребителями для обозначения отличий от традиционных медиа, таких, как газеты, т.е. этим термином обозначают процесс развития цифровых, сетевых технологий и коммуникаций. Конвергенция (сближение, слияние различных по своей природе средств массовой информации в единое целое – и с точки зрения организационной структуры, и с точки зрения технологии передачи взаимосвязанной, консолидированной информации) и мультимедийные редакции стали обыденными элементами сегодняшней журналистики.

Речь, прежде всего, идет о цифровых технологиях, и эти тенденции связаны с компьютеризацией общества, поскольку до 80-х гг. XX века медиа полагались на аналоговые носители.

Следует отметить, что, согласно закону Рипля, более высокоразвитые средства массовой информации не являются заменой предыдущих, поэтому задача новых медиа - это вербовка своего потребителя, поиск иных областей применения; онлайн-версия печатного издания вряд ли способна заменить само печатное издание.

Под термином «новые медиа» подразумевают и демократизацию процесса создания и запуска СМИ.

Следует различать понятия «новые медиа» и «цифровые медиа». Хотя и там, и здесь практикуются цифровые средства кодировки информации.

Интерактивность есть неперенная составная новых медиа, в число которых входят глобальные многопользовательские игры, такие, как World of Warcraft и Second Life.

До 1980-х гг. отрасль располагала только аналоговыми и печатными моделями вещания, однако на настоящем этапе очевидны метаморфозы, которые сгенерировали интернет и электронные игры.

Классические медиа начали обрастать новыми технологиями, каковой, например, является цифровая обработка изображений перед публикацией в газетах. Канадская радиотелевизионная и телекоммуникационная комиссия определяет новые медиа как любую медиапродукцию, являющуюся интерактивной и распространяемую цифровыми методами. Таким образом, традиционные и новые медиа разделяются по критерию доступности и способам доставки конечному потребителю.

Комиссия также подчёркивает важность интернета в становлении новых медиа, поскольку он позволяет использовать для передачи определенной информации текст, видео, аудио и изображения одновременно

Любой человек может стать издателем «нового СМИ» с точки зрения технологии процесса. Вин Кросби, который описывает «массмедиа» как инструмент вещания «одного многим», рассматривает новые медиа как коммуникацию «многих со многими».

Проблема развития информационных технологий и информационного общества становится сейчас в повестку дня как одна из важнейших. В мире происходят три важных процесса в обмене информацией. С одной стороны – это глобализация, т.е. быстрый обмен информацией со всем миром. С другой стороны, благодаря тому же интернету, возможно развитие малых местных структур: современные информационно-коммуникационные сети дают возможность малым группам, в том числе и этническим, присутствовать в виртуальном пространстве, объединяя своих представителей вне зависимости от государственных границ и географических расстояний. При этом современные глобальные сети не только объединяют, но одновременно дают возможность для приватности и создания малых сетей и малых групп. И, наконец, третья особенность современного развития – это технологизм, особая роль новых технологий в развитии общества. Это отражается, скажем, сейчас в конкуренции Европы и Соединенных Штатов Америки в сфере того же интернета: американцы развивают преимущественно интернет, связанный с использованием

традиционных проводных систем, хотя применяются и беспроводные технологии, европейский интернет в основном пытается опираться на беспроводные технологии.

Что же касается российского сегмента интернета, то он, прежде всего, является связующим звеном нашей страны с мировым информационным и экономическим пространством. В этой сфере связи особенно необходимы, поскольку сегодня развивать экономику, информационную инфраструктуру вне глобальных систем практически невозможно.

Сейчас в большинстве регионов, в российских областях, краях и республиках действуют местные интернет-агентства. Сегодня интернет в российском информационном пространстве играет жизненно важную роль, он является не какой-то частной структурой, а одной из формообразующих структур нашего информационного пространства в плане доступа к информации, к новостям, знаниям, различного рода документам. Это очень важный и серьезный аспект.

Информационное общество предполагает использование информационного пространства для развития экономики и культуры. Однако информационное общество требует доступа к новым высоким технологиям. Интернет – это новое пространство, прежде всего, информационное, это новое средство информации, с одной стороны, – индивидуальной, с другой – массовой. Многие ведущие газеты, журналы, телепрограммы присутствуют в интернете.

Говоря о взаимоотношениях информационного общества и новых средств массовой информации, следует обратить внимание на три основных аспекта.

Первый – возможности средств массовой информации на современном этапе развития информационно-коммуникационных технологий и интернета. Технология коммуникаций и информации изменяется стремительно. Интернет создает новое публичное пространство, которое открывает большие возможности для глобального общения.

Второй – традиционные средства массовой информации в условиях «интернетизации». Это оцифровка или дигитализация, т.е. перевод содержания средств массовой информации в цифровую форму. В результате общей единицей для всех средств массовой информации становится текст, обретающий новое цифровое измерение. Тем самым новая информационная среда начинает оказывать возрастающее влияние даже на сферу языка, в котором наряду с линейной выстраивается гипертекстуальная структура.

Третий – новые массмедиа или новые средства массовой информации.

Если говорить о традиционных СМИ, то они широко используют интернет для своего распространения как в регионе, так и в мире. И провинциальная газета с незначительным тиражом может стать глобальной газетой.

Обычно, когда мы говорим о развитии современных глобальных изданий, мы ссылаемся на четыре газеты, издающиеся на английском языке: World Street Journal, USA Today, International Hear, Tribune and Financial Times. Но на самом деле любая газета, представленная в интернете, становится глобальной, даже очень небольшая. Во Владимире издается газета «Молва». Ее тираж 8000 экземпляров, но она представлена в интернете. Количество посещений – 80 тысяч

из 35 стран. Таким образом, владимирская газета фактически стала глобальной. Ее аудитория не ограничена городом Владимиром, жители Владимира и области, находящиеся за пределами даже России, могут в любое время читать свою газету. Это очень важный момент, он позволяет создавать новые читательские структуры, новую аудиторию, которая не ограничивается тем местом, где издается та или иная газета, а включает в себя людей из разных регионов. В этом смысле открываются новые возможности для развития глобальных газет на различных языках, даже не очень широко известных в мире. Тем не менее в условиях бурного развития новых информационно-коммуникационных технологий, безусловно, произойдут существенные перемены в традиционных СМИ – в печати, радио, телевидении, в доступе к ним, в способах доставки и, вероятно, в содержании.

Наиболее органично вписывается в современную жизнь радио. Звуковая речь легко передается через интернет, для приема радиосигнала достаточно иметь компьютер и к нему звуковую плату. «Радио России» уже сегодня ведет свое вещание в значительной степени на базе интернета, который используется как средство доставки сигнала в различные страны к радиостанциям для вещания через них, но одновременно этот сигнал может быть принят и индивидуальными пользователями интернета. Кстати, таким образом слушают «Эхо Москвы» и «Серебряный дождь» во многих странах. Сегодня российские радиостанции, размещенные в интернете, можно слышать во всем мире.

Сложнее всего обстоит дело на телевидении. Время, затрачиваемое пользователями интернета на просмотр телевизионных программ, сократилось. Видимо, произойдет серьезное изменение в структуре телевидения. К спортивным, музыкальным и многим другим программам, которые традиционно смотрели по телевидению, интернет открывает отдельный доступ. В связи с этим больше будет телевидения специализированного, рассчитанного на интересы отдельных сегментов аудитории. Весьма устойчивые перспективы у новостных программ.

Печать имеет достаточно прочные позиции, прежде всего потому, что объединение разных видов информации в едином телевизионном или компьютерном варианте не отменяет текста. Более того, радио- и телевизионные передачи, как правило, размещаются в интернете в двух формах – аудиовизуальной и текстовой.

Текст становится общим знаменателем для всех СМИ в интернете. Часто материалы из интернета распечатываются для чтения. Некоторые газеты, как, например, «Gazeta.ru», имеют специальную версию для распечатки. Все пользуются текстом, который приобретает самостоятельность и даже независимость. При всем этом газета или журнал имеют большие преимущества, поскольку публикуемая там информация, как правило, отработана высококвалифицированными специалистами, в результате чего читатель получает тщательно проанализированные, хорошо обработанные сведения.

С появлением глобальной сети возникли и принципиально новые СМИ – электронные газеты. Электронная газета имеет ряд особенностей. Одна из них

состоит в том, что это газета постоянно обновляется, часто хорошо иллюстрирована и в ней нет, как правило, законченных статей. Статья или материал заканчивается тогда, когда заканчивается событие. В этом смысле журналисты в газете, живущей в интернете, должны работать постоянно и их статьи пишутся таким образом, чтобы последняя фраза всегда могла бы быть дополнена.

Конечно, интересной особенностью электронных газет является и гипертекстовая верстка, которая позволяет быстро искать различные материалы, находить ссылки, и в этом смысле чтение электронной газеты оказывается более осмысленным, более содержательным и, может быть, более разнообразным. Если говорить о других особенностях электронной газеты, то необходимо отметить их очень большую оперативность. Часто электронные газеты опережают не только печатные, но и телевидение по скорости появления своих материалов. В качестве примера можно снова назвать издание по имени «Gazeta.ru».

Серьезное место в интернете занимают информационные агентства. Создано государственное агентство под названием «Страна.ру». Это информационное агентство дает не только текстовую информацию, но и видеoinформацию, в том числе хранит наиболее интересные телевизионные передачи. Таким образом, это новое электронное информационное агентство позволяет пользователю получать в свое распоряжение все виды информации: аудиовизуальную и текстовую. Это большое достоинство новых СМИ.

Новые электронные средства массовой информации сосуществуют с традиционными, превосходя их по скорости доставки читателям материалов, по простоте доступа к ним прямо из дома. Но они уступают печатной прессе в длительности своего существования. Если вы купили газету, то можете читать ее в течение дня и даже недели, а в интернете вы должны наблюдать газету только в тот момент, когда вы смотрите на экран вашего компьютера. Думается, что новые средства массовой информации будут сосуществовать с традиционным СМИ.

Вместе с технологическими новшествами в российскую жизнь входят и новые названия. Так, до недавнего времени в русском языке журналистский коллектив издания и помещение, в котором он располагался, назывались термином «редакция». Сейчас современно оснащенную и интегрированную, или мультимедийную, редакцию, которая имеет оборудование и программное обеспечение, а также компетентных сотрудников для создания, хранения, управления и публикации контента на различных медианосителях (платформах) – на бумаге, на ТВ, радио, в интернете, стали называть словом «нюзрум».

Итак, мы рассмотрели тенденции изменения массовой коммуникации в связи с ее глобализацией, обусловленной появлением новых форм коммуникации.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие № 1.

Понятия «средства массовой информации» и «средства массовой коммуникации» (2 часа)

Учебная цель: усвоение понятий «средства массовой информации» и «средства массовой коммуникации», их соотношения.

Краткое содержание занятия:

Информация и ее носители. Профессии информации и профессии коммуникации. Понятие медиа как коммуникационного посредника. Основные компоненты медиа. Медиа и СМИ: сходства и различия. Медиа в западной традиции и СМИ в российской/советской традициях. Средства массовой информации и средства массовой коммуникации: сходства и различия. Пропагандистские подходы к изучению СМИ: советская школа.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Информация и ее носители.
2. Медиа и СМИ: сходства и различия.
3. СМИ и СМК: сходства и различия.
4. Различные подходы к изучению СМИ.

Контрольные вопросы:

1. Проанализируйте содержание понятий: «информация», «массовая информация», «средства массовой информации», «средства массовой коммуникации».
2. Охарактеризуйте понятие медиа как коммуникационного посредника.
3. В чем проявляются сходства и различия СМИ и СМК?
4. В чем проявляется сущность пропагандистского подхода к изучению СМИ?

Литература для подготовки к семинарскому занятию: *обязательная*

1. Гойхман, О. Я., Надеина, Т. М. Основы речевой коммуникации [Текст]: учебник / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. - М., 2001.
2. Кирия, И. В. Теоретические аспекты мультимедийности в СМИ [Текст]: пособие по мультимедийной журналистике / И. В. Кирия; под ред. А. Г. Качкаевой. - М., 2009.
3. Науменко, Т. В. Социология массовой коммуникации [Текст] / Т. В. Науменко. - СПб., 2005.
4. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.

дополнительная

1. Социология журналистики [Текст]: учебник / под ред. С. Г. Корконосенко. - М., 2004.
2. Черных, А. И. Мир современных медиа [Текст] / А. И. Черных. - М., 2007.

Практическое занятие № 2.
**Первые исследования коммуникации и появление первых объектов
исследования**
(2 часа)

Учебная цель: знакомство с первыми исследованиями коммуникации и появлением первых объектов исследования.

Краткое содержание занятия:

Каноническая схема коммуникации Г. Лассуэлла и ее элементы в науке о массовой коммуникации. Исследования коммуникатора. Общество, институты, СМИ, инноваторы, индивиды как коммуникаторы. Изучение содержания коммуникации: материалы СМИ, культура, литература, речевые акты, инновация как «содержание» в процессе коммуникации. Исследование канала коммуникации: каналы коммуникации как экономическая сфера, традиционные способы коммуникации и их влияние на содержание, социальные системы трансляции информации. Изучение аудитории коммуникации: массовая аудитория, индивиды, социальные группы.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Схема коммуникации Г. Лассуэлла и ее значение.
2. Понятие «коммуникатор».
3. Понятие содержания коммуникации.
4. Исследование канала коммуникации.
5. Изучение аудитории коммуникации.

Контрольные вопросы:

1. Каким образом используется в науке о массовой коммуникации каноническая схема Г. Лассуэлла?
2. Охарактеризуйте элементы коммуникационного процесса.
3. Как исследуются каналы коммуникации?
4. Для чего исследуется аудитория коммуникации?

Литература для подготовки к семинарскому занятию:
обязательная

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.
3. Шарков, Ф. И. Теория коммуникации. Базовый курс [Текст] / Ф. И. Шарков. - М., 2007.

дополнительная

1. Ворошилов, В. В. Теория и практика массовой информации [Текст]: учебник / В. В. Ворошилов. - СПб., 2006.
2. Федотова, Л. Н. Социология массовой коммуникации [Текст] / Л. Н. Федотова. - М., СПб., 2004.

Практическое занятие № 3.
**Первые исследования коммуникации и появление первых объектов
исследования**
(2 часа)

Учебная цель: знакомство с первыми исследованиями коммуникации и появлением первых объектов исследования.

Краткое содержание занятия:

Эффекты массовой коммуникации и их изучение: реакция индивида на сообщения, «концепция использования СМИ», активный потребитель коммуникации. Ранние исследования процессов обмена. Трудовые и экономические отношения как процесс обмена. Концепции сетевого обмена и исторического развития. Массовая психология и психология толпы. Эмпирические исследования общества. Чикагская школа и первые исследования урбанизированной коммуникации. Первые исследования массовой коммуникации.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Изучение эффектов массовой коммуникации.
2. Концепции сетевого обмена и исторического развития.
3. Исследования урбанизированной коммуникации (Чикагская школа).
4. Первые исследования массовой коммуникации.

Контрольные вопросы:

1. Проанализируйте первые объекты первых исследований коммуникации.
2. Раскройте сущность концепции сетевого обмена и исторического развития.
3. Охарактеризуйте понятия «массовая психология» и «психология толпы»
4. Каковы результаты первых исследований урбанизированной коммуникации?

Литература для подготовки к семинарскому занятию:

обязательная

1. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.
2. Шарков, Ф. И. Теория коммуникации. Базовый курс [Текст] / Ф. И. Шарков. - М., 2007.

дополнительная

1. Ворошилов, В. В. Теория и практика массовой информации [Текст]: учебник / В. В. Ворошилов. - СПб., 2006.
2. Федотова, Л. Н. Социология массовой коммуникации [Текст] / Л. Н. Федотова. - М., СПб., 2004.

Практическое занятие № 4.
Классификация теорий МК
(2 часа)

Учебная цель: знакомство с классификацией теорий массовой коммуникации.

Краткое содержание занятия:

Классификация основных теорий с точки зрения инструментария. Лингвистика как изучение материалов коммуникаций и социальных структур коммуникаций. Структурализм. Социология коммуникации как эмпирическое исследование объектов, каналов и аудиторий. Виды социологии коммуникации и ее периодизация. Социология трудовых отношений и коммуникация.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Основные подходы к МК.
2. Лингвистический подход к МК.
3. Структурализм.
4. Социологический подход к МК.
5. Виды социологии коммуникации и ее периодизация.

Контрольные вопросы:

1. Проанализируйте основные подходы к МК с точки зрения инструментария.
2. Назовите представителей структурализма.
3. В чем сущность социологического подхода к МК?
4. Охарактеризуйте виды социологии коммуникации и периоды ее развития.

Литература для подготовки к семинарскому занятию:
обязательная

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.
3. Шарков, Ф. И. Теория коммуникации. Базовый курс [Текст] / Ф. И. Шарков. - М., 2007.

дополнительная

1. Бенвенист, Э. Общая лингвистика. [Текст] / Э. Бенвенист. - М., 2002.
2. Федотова, Л. Н. Социология массовой коммуникации [Текст] / Л. Н. Федотова. - М., СПб., 2004.

Практическое занятие № 5.
Классификация теорий МК
(2 часа)

Учебная цель: знакомство с классификацией теорий массовой коммуникации.

Краткое содержание занятия:

Математические подходы к исследованию информации как технический взгляд на проблему коммуникации. Философия коммуникации как первый этап обозначения политико-экономической коммуникационной парадигмы. Политическая экономия коммуникации. Особенности советской политэкономии СМИ.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Математические подходы к исследованию информации.
2. Философия коммуникации.
3. Политическая экономия коммуникации.
4. Советская политэкономия СМИ.

Контрольные вопросы:

1. Проанализируйте математические подходы к исследованию информации.
2. Почему философию коммуникации можно считать первым этапом обозначения политико-экономической коммуникационной парадигмы?
3. Охарактеризуйте политэкономический подход к коммуникации.
4. Раскройте сущность советской политэкономии СМИ.

Литература для подготовки к семинарскому занятию:

обязательная

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.
3. Шарков, Ф. И. Теория коммуникации. Базовый курс [Текст] / Ф. И. Шарков. - М., 2007.

дополнительная

1. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран [Текст] / Е. Л. Вартанова. - М., 2003.

Практическое занятие № 6.

Эмпирико-функционалистская школа изучения массовой коммуникации (2 часа)

Учебная цель: знакомство с теоретическими положениями эмпирико-функционалистской школы изучения массовой коммуникации.

Краткое содержание занятия:

Математическая теория информации в исследованиях систем связи. Линейные и бихевиористские модели, их роль в теориях пропаганды. Биологические науки и их роль в формировании коммуникационных моделей. Циклическая модель Шрамма. Основные факторы возникновения группы теорий. Эволюция коммуникационных моделей. Гарольд Лассуэлл и изучение эффектов пропаганды. Функциональная социология. Раскол американской социологии на два лагеря: лагерь структурной социологии действия и лагерь «операционной социологии». Парадигма «пропагандистской силы» и парадигма «ограниченных эффектов» массмедиа. Нейтральная социология и индустриальная социология.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Математическая теория информации в исследованиях систем связи.
2. Линейные и бихевиористские модели.
3. Роль биологических наук в формировании коммуникационных моделей.
4. Циклическая модель Шрамма.
5. Социологические теории массовой коммуникации.

Контрольные вопросы:

1. Сформулируйте основные положения математической теории информации.
2. Проанализируйте линейные и бихевиористские модели, определите их роль.
3. Охарактеризуйте различные социологические подходы к изучению массовой коммуникации.

Литература для подготовки к семинарскому занятию:

обязательная

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.
3. Шарков, Ф. И. Теория коммуникации. Базовый курс [Текст] / Ф. И. Шарков. - М., 2007.

дополнительная

1. Федотова, Л. Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. [Текст] / Л. Н. Федотова. - М., 2001.
2. Федотова, Л. Н. Социология массовой коммуникации [Текст] / Л. Н. Федотова. - М., СПб., 2004.

Практическое занятие № 7.

Эмпирико-функционалистская школа изучения массовой коммуникации (2 часа)

Учебная цель: знакомство с теоретическими положениями эмпирико-функционалистской школы изучения массовой коммуникации.

Краткое содержание занятия:

Гарвардская школа и Колумбийская школа. Концепция «демократического реализма» Уолтера Липпмана. Теория «общественного мнения». Парадигма ограниченных эффектов медиа как основной предмет исследований Колумбийской школы. Теория двухступенчатого потока информации. Работы Карла Хульанда и функции медиа. Элиху Кац и теория «обретения пользы и удовлетворения»: переломный этап в социологии эффектов. Работы по «использованию медиа». Теория «повестки дня» и «спирали тишины». Теории четвертой власти. Функциональная социология массовой коммуникации Бориса Фирсова.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Гарвардская школа и Колумбийская школа.
2. Теория «общественного мнения».
3. Теория двухступенчатого потока информации.
4. Теория «обретения пользы и удовлетворения».
5. Теория «повестки дня» и «спирали тишины».
6. Теории четвертой власти.
7. Функциональная социология МК Б. Фирсова.

Контрольные вопросы:

1. Проанализируйте основные подходы к коммуникации Гарвардской школы и Колумбийской школы
2. Дайте характеристику теориям «общественного мнения», двухступенчатого потока информации, «обретения пользы и удовлетворения», «повестки дня», четвертой власти.
3. Выделите сходства и различия теорий эмпирико-функционалистского направления.

Литература для подготовки к семинарскому занятию:

обязательная

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.
3. Шарков, Ф. И. Теория коммуникации. Базовый курс [Текст] / Ф. И. Шарков. - М., 2007.

дополнительная

1. Ворошилов, В. В. Теория и практика массовой информации [Текст]: учебник / В. В. Ворошилов. - СПб., 2006..

Практическое занятие № 8.

Критическая теория и философия. Теории индустриализации культуры
(2 часа)

Учебная цель: знакомство с теориями индустриализации культуры.

Краткое содержание занятия:

Вальтер Беньямин и первые работы по индустриализации культуры. Концепция культурной индустрии Теодора Адорно и Макса Хоркхаймера. Теория технической рациональности и мономерного человека Герберта Маркузе. Юрген Хабермас и концепция «публичной сферы».

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Работы Вальтера Беньямина по индустриализации культуры.
2. Концепция культурной индустрии Теодора Адорно и Макса Хоркхаймера.
3. Теория технической рациональности и мономерного человека Герберта Маркузе.
4. Концепция «публичной сферы» Юргена Хабермаса.

Контрольные вопросы:

1. Сопоставьте концепции Вальтера Беньямина и Теодора Адорно и Макса Хоркхаймера.
2. Охарактеризуйте теорию технической рациональности и мономерного человека Герберта Маркузе.
3. В чем заключается сущность концепции «публичной сферы» Юргена Хабермаса?

Литература для подготовки к семинарскому занятию:

обязательная

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.
3. Шарков, Ф. И. Теория коммуникации. Базовый курс [Текст] / Ф. И. Шарков. - М., 2007.

дополнительная

1. Маркузе, Г. Одномерный человек [Текст] / Г. Маркузе. - М., 2007.
2. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие [Текст] / Ю. Хабермас. - М., 2006.
3. Хоркхаймер, М., Диалектика Просвещения. Философские фрагменты / [Текст] / М. Хоркхаймер, Т. Адорно; пер. с нем. М. Кузнецова. - М., СПб., 1997.

Практическое занятие № 9.

Структурализм и семиотика, лингвистическая теория массовой коммуникации: основные концепции (2 часа)

Учебная цель: знакомство с основными концепциями лингвистической теории массовой коммуникации.

Краткое содержание занятия:

Фердинанд де Соссюр и рождение структурной лингвистики. Две концепции знака в структурной лингвистике. Структурная антропология Клода Леви-Стросса и ее роль в коммуникациях. Мифы как форма языка. Ролан Барт и семиотический анализ продуктов коммуникации. Французская школа коммуникативистики. Теории символического насилия в неомарксистской перспективе. Мишель Фуко и структурная теория власти.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Роль Фердинанда де Соссюра в зарождении структурной лингвистики.
2. Структурная антропология Клода Леви-Стросса и ее значение.
3. Семиотический анализ продуктов коммуникации Ролана Барта.
4. Мишель Фуко и структурная теория власти.

Контрольные вопросы:

1. Какова роль Фердинанда де Соссюра в зарождении структурной лингвистики?
2. Какие две концепции знака существуют в структурной лингвистике?
3. Проанализируйте главные положения работы Р. Барта «Мифологии».
4. Охарактеризуйте основные концепции Французской школы коммуникативистики.

Литература для подготовки к семинарскому занятию: обязательная

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.
3. Шарков, Ф. И. Теория коммуникации. Базовый курс [Текст] / Ф. И. Шарков. - М., 2007.

дополнительная

1. Барт, Р. Мифологии. [Текст]/Р. Барт. - М., 2008.
2. Бенвенист, Э. Общая лингвистика. [Текст] / Э. Бенвенист. - М., 2002.
3. Греймас, А.-Ж. Структурная семантика. Поиск метода [Текст] / А.- Ж Греймас. - М., 2004.
4. Черных, А. И. Мир современных медиа [Текст] / А. И. Черных. - М., 2007.
5. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию [Текст] / У. Эко. - М., 2006.

Практическое занятие № 10.
Психологические подходы к изучению массовой коммуникации
(2 часа)

Учебная цель: знакомство с психологическими подходами к изучению массовой коммуникации.

Краткое содержание занятия:

Когнитивные теории на стыке медиапсихологии и лингвистики. Теун Ван Дейк и его когнитивная теория дискурса. Социально-когнитивная теория Альберта Бандуры. Понятие научения в теории Бандуры. Теория прайминга и модели человеческой памяти при усвоении сообщений СМИ. Теория культивации Дж. Гербнера. Психологическое изучение медианасилия. Семиосоциопсихологическая теория Т. Дридзе.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Когнитивные теории на стыке медиапсихологии и лингвистики.
2. Теория дискурса Теуна Ван Дейка.
3. Теория Альберта Бандуры.
4. Теория прайминга.
5. Теория культивации Джорджа Гербнера.
6. Семиосоциопсихологическая теория Т.М. Дридзе.

Контрольные вопросы:

1. Дайте обзор когнитивных теорий, созданных на стыке медиапсихологии и лингвистики.
2. В чем значение теории дискурса Теуна Ван Дейка?
3. Объясните сущность понятия научения в теории Альберта Бандуры.
4. Кто занимался психологическим изучением медианасилия?

Литература для подготовки к семинарскому занятию:
обязательная

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.
3. Шарков, Ф. И. Теория коммуникации. Базовый курс [Текст] / Ф. И. Шарков. - М., 2007.

дополнительная

1. Дридзе, Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации [Текст] / Т. М. Дридзе. - М., 1984.

Практическое занятие № 11.
Микросоциологические подходы к изучению коммуникации
(2 часа)

Учебная цель: знакомство с микросоциологическими подходами к изучению коммуникации.

Краткое содержание занятия:

Развитие социологии массовой коммуникации после эмпирико-функционалистов. Классификация основных социологических теорий. Медиаориентированные и социально-ориентированные теории. Карта теорий.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Развитие социологии массовой коммуникации после эмпирико-функционалистов.
2. Классификация основных социологических теорий.
3. Медиаориентированные и социально-ориентированные теории.
4. Карта теорий.

Контрольные вопросы:

1. Дайте обзор социологических теорий МК, предложенных после эмпирико-функционалистов.
2. Проанализируйте классификацию основных социологических теорий.
3. Охарактеризуйте медиаориентированные и социально-ориентированные теории.

Литература для подготовки к семинарскому занятию:

обязательная

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.
3. Черных, А. И. Мир современных медиа [Текст] / А. И. Черных. - М., 2007.

дополнительная

1. Фомичева, И. Д. Социология СМИ [Текст] / И. Д. Фомичева. - М., 2007.

Практическое занятие № 12.
Теории информационного общества
(2 часа)

Учебная цель: знакомство с теориями информационного общества.

Краткое содержание занятия:

Информационное общество как социально-философская парадигма. Технологический детерминизм Маршалла Маклюэна и Гарольда Инниса. Теории «экономики будущего» (Дэниел Белл, Элвин Тоффлер, Фрэнсис Фукуяма). Сетевая информационная экономика Манюэля Кастельса. Причины краха советского этатизма у Кастельса и их критика. Экономика доступа Джереми Рифкина. Правительственные и политические доктрины по переходу к информационному обществу.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Информационное общество как социально-философская парадигма.
2. Технологический детерминизм М. Маклюэна и Г. Инниса.
3. Теории «экономики будущего» (Д. Белл, Э. Тоффлер, Ф. Фукуяма).
4. Сетевая информационная экономика М. Кастельса.
5. Экономика доступа Дж. Рифкина.
6. Правительственные и политические доктрины по переходу к информационному обществу.

Контрольные вопросы:

1. Каковы основные направления развития информационного общества в странах Западной Европы?
2. Каковы основные направления развития информационного общества в США?
3. Каковы основные направления развития информационного общества в Японии?
4. Раскройте базовые положения «Концепции формирования информационного общества в России» (1999).
5. Как определялись особенности и возможные пути перехода России к информационному обществу в конце XX века?
6. Раскройте основные положения «Доктрины информационной безопасности Российской Федерации» (2000), утвержденной президентом РФ.
7. Каковы итоги реализации положений «Окинавской Хартии глобального информационного общества» (2000)?
8. Раскройте основные положения Федеральной целевой программы (ФЦП) «Электронная Россия (2002-2010 годы)».
9. Раскройте основные положения Государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011-2020 годы)».
10. Проанализируйте теории информационного общества.

**Литература для подготовки к семинарскому занятию:
обязательная**

1. Государственная программа Российской Федерации «Информационное общество (2011-2020 годы)» // <http://www.rg.ru/2010/11/16/infobschestvo-site-dok.html>
2. Окинавская Хартия глобального информационного общества (2000) // <http://www.iis.ru/library/okinawa/charter.ru.html>
3. Постановление правительства РФ от 28 января 2002 г. № 65 «О федеральной целевой программе “Электронная Россия” (2002-2010 годы)» (с изменениями и дополнениями) // <http://base.garant.ru/184120/>
4. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.
5. Чернов, А. А. Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы / А. А. Чернов. – М., 2003 // <http://www.studfiles.ru/preview/460676/>
6. Черных, А. И. Мир современных медиа [Текст] / А. И. Черных. - М., 2007.

дополнительная

1. Кастельс, М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе [Текст] / М. Кастельс. - М., 2004.
2. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура [Текст] / М. Кастельс; под ред. О. И. Шкаратана. - М., 2002.
3. Кирия, И. В. Телевидение и интернет Франции на пути к информационному обществу. [Текст] / И. В. Кирия. - М., 2005.
4. Маклюэн, М. Галактика Гутенберга [Текст] / М. Маклюэн. - М., 2005.
5. Национальные модели информационного общества [Текст] / под ред. Е. Л. Вартановой. - М., 2005.
6. Тоффлер, Э. Третья волна. [Текст] / Э. Тоффлер. - М., 2004.
7. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества [Текст] / Ф. Уэбстер. - М., 2004.

Практическое занятие № 13.
Социология диффузии инноваций и использования СМИ и техники
(2 часа)

Учебная цель: знакомство с основными положениями социологии диффузии инноваций и использования СМИ и техники.

Краткое содержание занятия:

Кибернетика как наука о коммуникациях, работы Норберта Винера. Теория взаимоотношений человека и машины. Понятие энтропии информации. Модель диффузии инноваций как коммуникационный процесс. Модель перевода. Модель социо-технического альянса. Концепция «индустрий воображаемого» как история инноваций в коммуникации. «Использование технологий» как современная концепция активного потребителя.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Кибернетика как наука о коммуникациях.
2. Работы Норберта Винера.
3. Теория взаимоотношений человека и машины.
4. Понятие энтропии информации.
5. Модель диффузии инноваций как коммуникационный процесс.
6. Модель перевода.
7. Модель социо-технического альянса.
8. Концепции «индустрий воображаемого» и «использование технологий».

Контрольные вопросы:

1. Какое значение имеют работы Норберта Винера?
2. Проанализируйте различные модели социологии диффузии инноваций и использования СМИ и техники.
3. Дайте характеристику концепции «использование технологий» как современной концепции активного потребителя.

Литература для подготовки к семинарскому занятию:

обязательная

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.
3. Черных, А. И. Мир современных медиа [Текст] / А. И. Черных. - М., 2007.

дополнительная

1. Шарков, Ф. И. Теория коммуникации. Базовый курс [Текст] / Ф. И. Шарков. - М., 2007.

Практическое занятие № 14.
Социология диффузии инноваций и использования СМИ и техники
(2 часа)

Учебная цель: знакомство с основными положениями социологии диффузии инноваций и использования СМИ и техники.

Краткое содержание занятия:

Теории модернизации и их критика. «Культурные исследования» Ричарда Хоггарта. Раймонд Уильямс и анализ «культурных практик». Стюарт Холл и концепция «кодирования / декодирования». Работы по восприятию телевидения Дэвида Морли. Культурные паттерны.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Теории модернизации и их критика.
2. «Культурные исследования» Ричарда Хоггарта.
3. Концепция культуры Раймонда Уильямса.
4. Стюарт Холл и концепция «кодирования / декодирования».
5. Работы Дэвида Морли по восприятию телевидения.
6. Культурные паттерны.

Контрольные вопросы:

1. Раскройте сущность теорий модернизации.
2. Охарактеризуйте концепции культуры Раймонда Уильямса.
3. В чем сущность концепции Стюарта Холла?
4. Проанализируйте результаты исследования телеаудитории, проведенного Дэвидом Морли.

Литература для подготовки к семинарскому занятию:

обязательная

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.
3. Черных, А. И. Мир современных медиа [Текст] / А. И. Черных. - М., 2007.

дополнительная

1. Шарков, Ф. И. Теория коммуникации. Базовый курс [Текст] / Ф. И. Шарков. - М., 2007.

Практическое занятие № 15.
Этнометодология и интеракционизм
(2 часа)

Учебная цель: знакомство с теориями интеракционизма.

Краткое содержание занятия:

Концепция психологической лингвистики. Анализируемые переменные в психологической лингвистике. Психологическая лингвистика как инструмент анализа подсознательных отношений автора к тексту. Концепция ролей в тексте и аудиовизуальном тексте. Интеракционистские подходы к коммуникации как микросоциальный анализ.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Концепция психологической лингвистики.
2. Анализируемые переменные в психологической лингвистике.
3. Анализ подсознательных отношений автора к тексту.
4. Концепция ролей в тексте и аудиовизуальном тексте.

Контрольные вопросы:

1. Дайте характеристику интеракционистских подходов к коммуникации.
2. Раскройте сущность концепции психологической лингвистики.
3. Почему психологическую лингвистику можно считать инструментом анализа подсознательных отношений автора к тексту?

Литература для подготовки к семинарскому занятию:

обязательная

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.

дополнительная

1. Леонтьев, А. А. Основы психолингвистики [Текст] / А. А. Леонтьев. - М., 2005.

Практическое занятие № 16.
Школа Пало Альто, этнометодология и интеракционизм. Организационная коммуникация
(2 часа)

Учебная цель: знакомство с теориями интеракционизма.

Краткое содержание занятия:

Этнометодология Гарольда Гарфинкеля: личные бытовые коммуникационные ситуации. Школа Пало-Альто. Изучение социальных ритуалов и работы Ирвинга Гофмана. Социология организационных коммуникаций: актер и система.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Этнометодология Гарольда Гарфинкеля.
2. Школа Пало-Альто.
3. Изучение социальных ритуалов и работы Ирвинга Гофмана.
4. Социология организационных коммуникаций: актер и система.

Контрольные вопросы:

1. В чем заключаются принципы методологии Гарольда Гарфинкеля?
2. Назовите представителей школы Пало-Альто.
3. Сформулируйте основные идеи работ Ирвинга Гофмана «Анализ фреймов» и «Представление себя другим в повседневной жизни».

Литература для подготовки к семинарскому занятию:
обязательная

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.
3. Гарфинкель, Г. Исследования по этнометодологии [Текст] / Г. Гарфинкель. - СПб., 2007.

дополнительная

1. Гофман, И. Анализ фреймов [Текст] / И. Гофман. - М., 2004.
2. Гофман, И. Представление себя другим в повседневной жизни [Текст] / И. Гофман. - М., 2000.

Практическое занятие № 17.
Политическая экономия коммуникации
(2 часа)

Учебная цель: знакомство с концепциями и теориями политической экономики коммуникации.

Краткое содержание занятия:

Концепция культурного империализма Герберта Шиллера. Концепция «свободного потока информации» в международной политике США 1950-1970-х гг. Неравномерное распределение коммуникационных ресурсов в мире. Политические дебаты вокруг «Нового мирового порядка в области информации и коммуникации». Теория культурной зависимости и ее лимиты.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Концепция культурного империализма Герберта Шиллера.
2. Концепция «свободного потока информации» в международной политике США 1950-1970-х гг.
3. Политические дебаты вокруг «Нового мирового порядка в области информации и коммуникации».
4. Теория культурной зависимости и ее лимиты.

Контрольные вопросы:

1. Выделите основные концепции культурного империализма Герберта Шиллера.
2. Какое значение имела концепция «свободного потока информации» в международной политике США 1950-1970-х гг.?
3. Раскройте сущность теории культурной зависимости.

Литература для подготовки к семинарскому занятию:

обязательная

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.
3. Черных, А. И. Мир современных медиа [Текст] / А. И. Черных. - М., 2007.

дополнительная

1. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура [Текст] / М. Кастельс; под ред. О. И. Шкаратана. - М., 2002.
2. Сиберт, Ф.С. Четыре теории прессы. [Текст] / Ф. С. Сиберт, У. Шрамм., Т. Питерсон. - М, 1998.
3. Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием [Текст] / Г. Шиллер. - М., 1980.
4. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества [Текст] /Ф. Уэбстер. - М., 2004.

Практическое занятие № 18.
Политическая экономия коммуникации
(2 часа)

Учебная цель: знакомство с концепциями и теориями политической экономики коммуникации.

Краткое содержание занятия:

Концепция модернизации и цифрового раскола. Теории интернационализации СМИ. Международное радиовещание в борьбе против цензур. Дебаты вокруг «культуры». Концепция культурных индустрий. Основные понятия культурных индустрий: продукт, цена, стоимость культурных продуктов. Критика экономических коммерческих моделей медиа.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Концепция модернизации и цифрового раскола. Теории интернационализации СМИ.
2. Международное радиовещание в борьбе против цензур.
3. Концепция культурных индустрий.
4. Критика экономических коммерческих моделей медиа.

Контрольные вопросы:

1. Раскройте теоретические аспекты интернационализации СМИ.
2. Охарактеризуйте сущность концепции культурных индустрий.
3. В чем заключается критика экономических коммерческих моделей медиа?

Литература для подготовки к семинарскому занятию:

обязательная

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.
3. Черных, А. И. Мир современных медиа [Текст] / А. И. Черных. - М., 2007.

дополнительная

1. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура [Текст] / М. Кастельс; под ред. О. И. Шкаратана. - М., 2002.
2. Сиберт, Ф.С. Четыре теории прессы. [Текст] / Ф. С. Сиберт, У. Шрамм., Т. Питерсон. - М, 1998.
3. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества [Текст] /Ф. Уэбстер. - М., 2004.

Практическое занятие № 19.
Новые медиа в системе массовой коммуникации
(2 часа)

Учебная цель: знакомство со спецификой новых медиа.

Краткое содержание занятия:

Три уровня медиа. Медиа непосредственные, медиа опосредованные и конвергентные медиа. Понятие медиаконвергенции и ее проявления. Гибрид массовых и интерперсональных коммуникаций. Теории технологического детерминизма. Новые медиа как коммуникативные инструменты: мобильный телефон, онлайн, тематическое ТВ. Широта исследований и методов изучения новых медиа. Кластеризация и фрагментация аудитории. Новые типы ньюзрумов.

Перечень отрабатываемых учебных вопросов:

1. Массовые и интерперсональные коммуникации.
2. Теории технологического детерминизма.
3. Новые медиа: мобильный телефон, онлайн, тематическое ТВ.
4. Широта исследований и методов изучения новых медиа.

Контрольные вопросы:

1. Охарактеризуйте понятие медиаконвергенции и способы ее проявления.
2. Раскройте сущность теорий технологического детерминизма.
3. Дайте характеристику новым медиа: мобильному телефону, онлайн, тематическому ТВ.
4. Какие методы изучения новых медиа вы можете назвать?
5. Что означает термин «кластеризация» в рамках изучаемой дисциплины?

Литература для подготовки к семинарскому занятию:

обязательная

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. Кирия, И. В. Теоретические аспекты мультимедийности в СМИ [Текст]: пособие по мультимедийной журналистике / И. В. Кирия; под ред. А. Г. Качкаевой. - М., 2009.
3. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.

дополнительная

1. Ворошилов, В. В. Теория и практика массовой информации [Текст]: учебник / В. В. Ворошилов. - СПб., 2006.
2. Черных, А. И. Мир современных медиа [Текст] / А. И. Черных. - М., 2007.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

I. Учебники и учебные пособия

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. Ворошилов, В. В. Теория и практика массовой информации [Текст]: учебник / В. В. Ворошилов. - СПб., 2006.
3. Гойхман, О. Я., Надеина, Т. М. Основы речевой коммуникации [Текст]: учебник / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. - М., 2001.
4. Кирия, И. В. Теоретические аспекты мультимедийности в СМИ [Текст]: пособие по мультимедийной журналистике / И. В. Кирия; под ред. А. Г. Качкаевой. - М., 2009
5. Леонтьев, А. А. Основы психолингвистики [Текст] / А. А. Леонтьев. - М., 2005.
6. Науменко, Т. В. Социология массовой коммуникации [Текст] / Т. В. Науменко. - СПб., 2005.
7. Основы теории коммуникации [Текст]: учебник / под ред. проф. М. А. Васирика. - М., 2003.
8. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М., 2008.
9. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики [Текст]: учебник / Е. П. Прохоров. - М., 2007.
10. Соколов, А. В. Общая теория социальной коммуникации [Текст]: учебное пособие / А. В. Соколов. - СПб., 2002.
11. Социология журналистики [Текст]: учебник / под ред. С. Г. Корконосенко. - М., 2004.
12. Федотова, Л. Н. Социология массовой коммуникации [Текст] / Л. Н. Федотова. - М., СПб., 2004.
13. Фомичева, И. Д. Социология СМИ [Текст] / И. Д. Фомичева. - М., 2007.
14. Шарков, Ф. И. Теория коммуникации. Базовый курс [Текст] / Ф. И. Шарков. - М., 2007.

II. Монографии и сборники научных статей, статьи

15. Автономова, Н. С. Клод Леви-Стросс и структурная антропология: два юбилея
[//http://www.viaregina.ru...avtonomova_n...stross_i...antropologiya...](http://www.viaregina.ru...avtonomova_n...stross_i...antropologiya...)
16. Барт, Р. Мифологии. [Текст]/Р. Барт. - М., 2008.
17. Барт, Р. Миф сегодня // <http://www.lib.ru>»Культура»BART/barthes.txt
18. Беззубова, О. В. Коммуникативная концепция культуры Гарольда Инниса
// *Studia culturae*. - Вып. 13. - Альманах кафедры культурологии и Центра изучения культуры философского факультета Санкт-Петербургского гос. университета. - СПб., 2011. - С. 85-94 [//http://www.culturalnet.ru](http://www.culturalnet.ru)»main/getfile/1584
19. Бенвенист, Э. Общая лингвистика. [Текст] / Э. Бенвенист. - М., 2002.

- 20.Брайант, Д. Основы воздействия СМИ / Д. Брайант, С. Томпсон. - М., 2004 // http://www.yanko.lib.ru/books/smi/osnovu_vozdeystviya_smi.pdf
- 21.Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран [Текст] / Е. Л. Вартанова. - М., 2003.
- 22.Гарфинкель, Г. Исследования по этнометодологии [Текст] / Г. Гарфинкель. - СПб., 2007.
- 23.Государственная программа Российской Федерации «Информационное общество (2011-2020 годы)» // <http://www.rg.ru/2010/11/16/infobschestvo-site-dok.html>
- 24.Гофман, И. Анализ фреймов [Текст] / И. Гофман. - М., 2004.
- 25.Гофман, И. Представление себя другим в повседневной жизни [Текст] / И Гофман. - М., 2000.
- 26.Греймас, А.-Ж. Структурная семантика. Поиск метода [Текст] / А.- Ж Греймас. - М., 2004.
- 27.Дебор, Г. Э. Общество спектакля [Текст] / Г. Э. Дебор. - М., 2000.
- 28.Дридзе, Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации [Текст] / Т. М. Дридзе. - М., 1984.
- 29.Жаворонков, А.В. Российское общество: потребление, коммуникация и принятие решений [Текст] / А. В. Жаворонков. - М., 2006.
- 30.Землянова, Л. М. Современная американская коммуникативистика. [Текст] / Л. М. Землянова. - М., 2005.
- 31.Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием. [Текст] / С. Г. Кара-Мурза. - М., 2000.
32. Кастельс, М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе [Текст] / М. Кастельс. - М., 2004.
- 33.Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура [Текст] / М. Кастельс; под ред. О. И. Шкаратана. - М., 2002.
34. Кирия, И. В. От «культурной индустрии» к «индустриям содержания»: 70 лет теоретических поисков [Текст] / И. В. Кирия // Меди@льманах. - 2004. - № 1.
- 35.Кирия, И. В. Телевидение и интернет Франции на пути к информационному обществу. [Текст] / И. В. Кирия. - М., 2005.
- 36.Лассуэлл, Г. Власть, коррупция и честность [Текст] / Г. Лассуэлл, А. Рогоу. - М., 2005.
- 37.Липпман, У. Общественное мнение [Текст] / У. Липпман. - М., 2004.
- 38.Маклюэн, М. Галактика Гутенберга [Текст] / М. Маклюэн. - М., 2005.
- 39.Маркузе, Г. Одномерный человек [Текст] / Г. Маркузе. - М., 2007.
- 40.Назарчук, А. В. Микросоциологический подход к исследованиям повседневной коммуникации в англо-американской социологии / А. В. Назарчук // Вопросы гуманитарных наук. – 2011. - № 2. – С. 119-130 // <http://www.nazarchuk.com/articles/article26.html>
41. Национальные модели информационного общества [Текст] / под ред. Е. Л. Вартановой. - М., 2005.

42. Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / под ред. В.Л. Иноземцева. – М., 1999 // http://www.iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/page_1003.html
43. Окинавская Хартия глобального информационного общества (2000) // <http://www.iis.ru/library/okinawa/charter.ru.html>
44. Подгорная, Л. Д. Теория коммуникации: основные направления и тенденции. - М., 2010. / Л. Д. Подгорная // <http://www.reftrend.ru/386255.html>
45. Попонов, М. А. Медиа -теория Г. М. Маклюэна в контексте современного культурологического знания: дис. ... канд. культурологии. – СПб, 2008 // <http://www.dslib.net/teorja-kultury/media-teorija-g-m-maklujena-v-kontekste-sovremennogo-kulturologicheskogo-znanija.html>
46. Постановление правительства РФ от 28 января 2002 г. № 65 «О федеральной целевой программе “Электронная Россия” (2002-2010 годы)» (с изменениями и дополнениями) // <http://www.base.garant.ru/184120/>
47. Рифкин, Дж. Конец работе: глобальный упадок занятости и заря пострыночной эры / реферат Ю. Кимелева // Отечественные записки. – 2003. - № 3 // http://www.magazines.russ.ru/Отечественные_записки/2003/3/2003_3_42.html
48. Русакова, О. Ф. Основные разновидности современных теорий политического дискурса: опыт классификаций / О. Ф. Русакова // Аналитика культурологии. – 2008. – № 11 // <http://www.cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-raznovidnosti-sovremennyh-teoriy-politicheskogo-diskursa-opyt-klassifikatsiy>
49. Сиберт, Ф.С. Четыре теории прессы. [Текст] / Ф. С. Сиберт, У. Шрамм., Т. Питерсон. - М., 1998.
50. Соссюр, Ф. Курс общей лингвистики // <http://www.log-in.ru/books/kurs-obsheiy-lingvistiki-sossyur-f-de-professii/>
51. Структурно-лингвистические модели СМК: модель культивирования Гербнера // Психология общения. Энциклопедический словарь / под общ. ред. А. А. Бодалева. – М., 2011 // http://www.communication_psychology.academic.ru/
52. Тоффлер, Э. Третья волна. [Текст] / Э. Тоффлер. - М., 2004.
53. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества [Текст] / Ф. Уэбстер; пер. с англ. - М., 2004.
54. Федотова, Л. Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. [Текст] / Л. Н. Федотова. - М., 2001.
55. Фирсов, Б. М. Разномыслие в СССР 1940-1960. [Текст] / Б. М. Фирсов - СПб., 2008.
56. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие [Текст] / Ю. Хабермас. - М., 2006.
57. Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций [Текст] / Р. Харрис. - СПб., 2002.
58. Хоркхаймер, М., Диалектика Просвещения. Философские фрагменты / [Текст] / М. Хоркхаймер, Т. Адорно; пер. с нем. М. Кузнецова. - М., СПб., 1997.

59. Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием [Текст] / Г. Шиллер. - М., 1980.
60. Чернов, А. А. Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы / А. А. Чернов. – М., 2003 // <http://www.studfiles.ru/preview/460676/>
61. Черных, А. И. Мир современных медиа [Текст] / А. И. Черных. - М., 2007.
62. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества [Текст] / Ф. Уэбстер. - М., 2004.
63. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию [Текст] / У. Эко. - М., 2006.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНАМ

1. Понятия информации и понятия коммуникации.
2. Понятия СМИ и медиа.
3. Математическое и гуманитарное представление об информации.
4. Медиа и СМИ: сходства и различия.
5. Каноническая схема коммуникации Г. Лассуэлла и ее элементы в науке о коммуникациях.
6. Чикагская школа и первые исследования урбанизированной коммуникации.
7. Первые исследования массовых коммуникаций.
8. Классификация основных теорий массовой коммуникации.
9. Математическая теория информации и ее производные в теориях коммуникации.
10. Эмпирико-функционалистская группа теорий.
11. Гарольд Лассуэлл и изучение эффектов пропаганды.
12. Функциональная социология медиа.
13. Парадигма «пропагандистской силы» в ранних исследованиях масс-медиа.
14. Парадигма «ограниченных эффектов» масс-медиа.
15. Концепция «демократического реализма» У. Липпмана, теория «общественного мнения».
16. Парадигма ограниченных эффектов медиа как основной предмет исследований Колумбийской школы.
17. Теория двухступенчатого потока информации.
18. Элиху Кац и «теория обретения пользы и удовлетворения».
19. Теория «повестки дня» и «спирали тишины».
20. Вальтер Беньямин и первые работы по индустриализации культуры.
21. Концепция культурной индустрии Адорно и Хоркхаймера.
22. Теория технической рациональности и мономерного человека Маркузе.
23. Юрген Хабермас и концепция «публичной сферы».
24. Концепции знака в структурной лингвистике.
25. Структурная антропология Клода Леви-Стросса и ее роль в коммуникациях.
26. Мифы как форма языка. Ролан Барт и семиотический анализ продуктов коммуникации.
27. Лингвистическая теория массовой коммуникации.
28. Теун Ван Дейк и когнитивная теория дискурса новостей.
29. Социально-когнитивная теория Альберта Бандуры. Понятие научения.
30. Теория прайминга.
31. Семиосоциопсихологическая теория Т.М. Дридзе.
32. Актантная модель А.-Ж. Греймаса
33. Современные социологические концепции массовой коммуникации.

34. Информационное общество как социально-философская парадигма.
35. Технологический детерминизм Маршалла Маклюэна.
36. Теории «информационной экономики будущего» (Белл, Тоффлер, Фукуяма).
37. Сетевая информационная экономика Манюэля Кастелльса.
38. Норберт Винер и кибернетика в теориях коммуникации.
39. Модели диффузии инноваций.
40. «Использование технологий» как современная концепция активного потребителя.
41. «Культурные исследования» как направления исследования массовых коммуникаций.
42. Этнометодология Гарольда Гарфинкеля.
43. Школа Пало-Альто в теориях коммуникации.
44. Изучение социальных ритуалов и работы Ирвинга Гофмана.
45. Концепция культурного империализма Герберта Шиллера.
46. Политические дебаты вокруг «Нового мирового порядка в области информации и коммуникации».
47. Теория культурной зависимости и ее лимиты.
48. Концепция культурных индустрий.
49. Основные положения «Окинавской Хартии глобального информационного общества» (2000).
50. Основные положения Государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011-2020 годы)».

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего профессионального образования
«ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ И ИНФОРМАТИКИ»

Г.А. Доброзракова

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Учебное пособие

Подписано в печать 07.04.2015г.
Формат 60x84/16. Бумага офсетная. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 5,34
Тираж 200 экз. Заказ № 669

Издательство Самарского научного центра Российской академии наук
443001, г. Самара, Студенческий пер., 3а
тел.: (846) 340-06-20

Отпечатано в типографии АНО «Издательство СНЦ»
443001, г. Самара, Студенческий пер., 3А
тел.: (846) 242-37-07

