

Л. С. Набокова
Е. А. Ноздренко
И. А. Набоков

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Учебное пособие

Гуманитарный институт



СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
SIBERIAN FEDERAL UNIVERSITY

Илья Набоков

**Теория и практика
массовой информации**

«Сибирский федеральный университет»

2016

УДК 79(07)
ББК 76.0я73

Набоков И. А.

Теория и практика массовой информации / И. А. Набоков —
«Сибирский федеральный университет», 2016

ISBN 978-5-7638-3413-0

Рассмотрены теоретические и прикладные аспекты средств массовой информации. Концепция изложения материала связана с определением природы влияния СМИ на оформление различных локусов общественного сознания. Показана системность данного влияния по сравнению с влиянием информации, полученной из иных источников. Опираясь на методы социально-философского анализа, предложенные в учебном пособии и кейс-стади, студент имеет возможность самостоятельно проводить наблюдение за развитием сферы массмедиа, анализировать функционал и контент СМИ, осуществлять глубокое осмысление транслируемых образов и мифов, делать выводы, реализовывать свой творческий потенциал. Предназначено для студентов направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

УДК 79(07)
ББК 76.0я73

ISBN 978-5-7638-3413-0

© Набоков И. А., 2016
© Сибирский федеральный
университет, 2016

Содержание

Введение	5
Глава 1	8
1.1. Современное информационное общество. Основные черты и теории информационного общества	8
Задание для самостоятельной работы студентов	16
Библиографический список	17
1.2. Массовые коммуникации: понятие, структура, классификация. Место средств массовой информации в системе СМК	18
Конец ознакомительного фрагмента.	20

Л. С. Набокова, Е. А. Ноздренко, И. А. Набоков Теория и практика массовой информации

Введение

Глобальные процессы последних десятилетий в сфере реформирования общественной жизни обусловили новый социальный опыт общества рубежа третьего тысячелетия и качественные изменения в его общественном сознании.

Эпоха массовой информации, современниками которой мы являемся, породила феномены социальной жизни и общественного сознания, которые сложно оценить исходя из традиционных научных и философских подходов. Средства массовой информации (СМИ) стали знаком времени, технологией жизни и формирования общественных стандартов. Беспрецедентные масштабы функционирования в области социального познания, степень влияния на общественное сознание и на формирование единого мирового социального пространства поставили под сомнение рассмотрение СМИ лишь в качестве инструмента или канала коммуникации. Возникшие в конце XX века феномены «глобальной деревни», «виртуальной реальности», «альтернативной культуры», «информационного взрыва» указывают не только на факт стремительного развития средств массовой информации, но и на факт обретения ими функционала, отличного от традиционно принятого в науке.

Основная научная проблема дискуссий в этой области – это противоречие между сложившимся в науке представлением о средствах массовой информации как феномене, внеположенном общественному сознанию, как исключительно канале передачи информации, с одной стороны, и той реальной ролью, которую играют средства массовой информации в процессах социального познания и формирования современного общественного сознания, – с другой. Представляется чрезвычайно актуальным вопрос, как оценить уровень и природу такого влияния СМИ на оформление тех или иных локусов общественного сознания, а также определить, какие именно локусы общественного сознания наиболее подвержены такому влиянию и почему.

Резкий скачок развития средств массовой информации и массовой коммуникации как таковой, безусловно, связан с «массовизацией» общественной жизни и социальных процессов, что в контексте социальной философии означает укрепление и трансформацию связей социального бытия, объединяющих его отдельные фрагменты в некое целое.

Изучение процессов развития массовой информации в современном обществе актуально и в связи с явными противоречиями научно-экономического и культурно-социального характера: с одной стороны, они открывают новые технологические горизонты развития человека и человечества, с другой – обнаруживают тенденцию к определенной гуманитарно-культурной деградации общества, к потере привычных для предшествующих веков ориентиров и ценностей, дают беспрецедентную возможность управления обществом посредством современных манипулятивных механизмов и методик в сфере массового сознания.

Известно, что массовое сознание как неотъемлемая часть общественного сознания, к которому апеллируют СМИ, является в современном обществе определяющим фактором формирования картины окружающего мира. Состояние, сущность, функциональные возможности, механизмы возникновения массового сознания и управления им, а также перспективы дальнейших процессов в этой области – важнейшая и актуальная проблематика не только фун-

даментальной науки, но и современного государственно-общественного управления как такового.

Ученые подчеркивают кардинальные изменения в процессах общественного управления на рубеже XXI века. В XIX–XX веках роль лидера в области управления массами выполняли главным образом партии, общественные организации и их харизматические вожди. Именно они – при наличии пропагандистских каналов различного уровня организации и масштабов влияния – выступали основными субъектами идеологического влияния. В конце XX столетия и в особенности на рубеже тысячелетий ситуация изменилась: сегодня индивидуальные связи человека уже не могут конкурировать с нарастающей мощностью информационных потоков и стремительным развитием современных средств массовой информации. «Броневик» митингующего и кафедра оратора уступили место электронным экранам, которые диктуют свои собственные «правила предъявления» политических субъектов. Существенно то, что это «предъявление» осуществляется при отсутствии субъекта в кадре. Исследовать, как это удается с помощью языка СМИ как непрерывного, стремительно меняющегося привычного потока специально обработанной информации, ставшего сегодня неотъемлемой частью нашего бытия, представляется актуальным с точки зрения не только фундаментальной науки, но и общественной практики.

Считается общепризнанным факт, что масса мыслит стандартизованными образами, стереотипами, основанными на древних общечеловеческих мифах и архетипах. Социальная философия утверждает, что такие стереотипы – простейшие схемы и реакции – способны закреплять в сознании элементарные связи поведенческих и мыслительных актов и сохранять их устойчивость в меняющихся ситуациях. На эту тему написано немало исследований. Однако актуальным остается вопрос о механизмах функционирования таких стереотипов и формирования новых стандартизованных образов в сфере современного массового сознания посредством СМИ.

Изучением мировоззренческих основ современного общественного бытия в новом, постиндустриальном обществе необходимо заниматься именно с точки зрения развития и преобладания информационных технологий, всеобъемлющего функционирования современных средств массовой информации на всей территории социального пространства. Современного человека практически с момента появления на свет окружает такой активный (если не сказать – агрессивный) феномен, как средства массовой информации. Так, в США в начале этого века вышел в эфир специальный телевизионный канал для младенцев, воздействующий аудиовизуальными эффектами на психику малыша. По этому поводу разгорелось немало дискуссий, однако свою целевую аудиторию этот канал уже нашел, что обеспечивает ему соответствующее влияние на общество. Каким оно будет, позитивным или негативным, предстоит еще изучить.

Информация рассматривается многими науками как одна из производительных сил общества, поэтому так актуализировалось понятие «информационного общества», которое в социально-философском плане характеризуется всесторонней информатизацией социальных структур. Средства массовой информации рубежа XX–XXI веков, сформировав глобальное информационное пространство, во многом послужили причиной разрушения существующих представлений о пространстве и времени. Телевидение и Интернет позволяют сегодня получать информацию в режиме «реального времени», общаться и совершать операции разного рода не на бумаге, а в «проводах». Меняется социальная география и инфраструктура мирового пространства. Если в индустриальном обществе важнейшим условием развития промышленности и всего рынка было наличие транспортных потоков, то в постиндустриальном, информационном обществе такая роль транспорта уже не является исключительной и во многих случаях вообще утрачивает актуальность. Пальма первенства постепенно переходит к информационной инфраструктуре, что, в свою очередь, делает актуальными ее не только прикладные, но и фундаментальные исследования.

Для более успешного развития глобального человеческого общества на современном этапе фундаментальной науке в самое ближайшее время предстоит исчерпывающе определить не только сущность и функции современных средств массовой информации и массовой коммуникации как таковой, но и уточнить вектор дальнейшего развития этого феномена нового времени, изобрести своего рода социальные «прививки» от издержек процесса его развития, осмыслить его истинное значение в кардинальных изменениях общественного сознания и всего мирового общественного устройства.

Глава 1

Массовая информация как основа функционирования современного социума

1.1. Современное информационное общество. Основные черты и теории информационного общества

Формирование информационного общества и сопутствующие ему процессы изменения общественного бытия и общественного сознания – одна из центральных проблем человеческого сообщества.

История зарождения постиндустриального общества берет свое начало с середины XX столетия. Уже в 1978 году ЮНЕСКО ставит вопрос о монополизации сферы информации. Генеральный секретарь ЮНЕСКО Ф. Сарагоса, констатируя появление «рынка информации», «информационных предпринимателей», предвещая в недалеком будущем информационный кризис, высказывал прямое опасение в отношении «колонизации стран посредством информации» [10]. Согласно оценке Ф. Сарагоса, по уровню влияния на «человеческий дух» СМИ представляют собой самое важное в социальном плане явление в истории человечества. «Сегодня, например, развитие информатики может привести к таким же решающим для человечества преобразованиям, какие повлекло за собой появление письменности, поскольку оно затрагивает два главных инструмента культуры – язык и знание, то есть продление коллективной памяти и совершенствование орудий, обеспечивающих равенство, или же, наоборот, дискриминацию общественных групп» [10].

На рубеже XIX и XX веков, в период социального оптимизма, на заре научно-технической революции в общественном сознании и общественной практике в парадигме «индивид – общество» начало доминировать понятие «массы». Естественным образом на фоне фетишизации результатов труда человек был элиминирован до уровня «человека массы» – ее усредненного представителя, пользующегося всеми достижениями цивилизации на полных правах, не задумывающегося о ценности и происхождении этих благ, совершенно уверенного в незыблемости своих прав, в незыблемости существования такого общества, которое обязано ему всем. Классический «человек массы» представлен в исследованиях Х. Ортега-и-Гассета. Его «массовый человек» не способен представлять в целом картину развития мира, он «плывет по течению». «Массы вышли из повиновения, не подчиняются никакому меньшинству, не следуют за ним и не только не считаются с ним, но и вытесняют его и сами его замещают» [9].

Определяющую роль в формировании массового человека Х. Ортега-и-Гассет и ряд других исследователей отводят поистине головокружительному развитию науки и техники, открывающему все новые и новые возможности для комфортной и благополучной жизни. Массы убеждены в том, что «завтра, словно упиваясь стихийным и неистовым ростом, мир станет еще богаче, еще шире и совершенней» [9].

В этом процессе совершенствования и расширения мира в массовом сознании Х. Ортега-и-Гассет отводит одно из ведущих мест средствам массовой информации. Именно благодаря экранам и журналам стали раздвигаться «жизненные горизонты» человека в пространстве и времени. «Пока фильмы и фотографии развлекают рядового человека самыми недоступными ландшафтами, газеты и репродукторы приносят ему новости об упомянутых интеллектуальных performances, наглядно подтвержденных витринным блеском технических новинок. Все это копит в его сознании ощущение сказочного всемогущества» [9].

Однако мнения научного мира в оценке современного информационного феномена существенно различаются. Многие исследователи оптимистично определяют массовую коммуникацию как движение к новейшему «информационному обществу» со всеми его преимуществами. В таком обществе главным объектом и субъектом управления становятся как раз те самые символы, идеи, образы, знания, которые создает массовая информация. Известный теоретик постиндустриального общества Д. Белл определяет единым и всеобщим приоритетом информацию. Фактором власти и управления, по его мнению, становится не собственность, а образование и квалификация, источником стоимости становится не труд, а информация. «В наступающем столетии решающее значение для экономической и социальной жизни, для способов производства знания, а также для характера трудовой деятельности человека приобретает становление нового социального уклада, зиждущегося на телекоммуникациях» [1]. У теории Д. Белла немало противников среди экономистов и социологов, которые полагают, что информация не является самостоятельным субъектом базисных процессов построения общества, информация может позиционироваться здесь только в качестве товара.

С другой стороны, реальная современная экономика создает условия для наступления глобальной коммуникативной эпохи, в которой «станет возможным объединить информационные и интеллектуальные ресурсы человечества, создать Глобальную базу знаний, всеобщий и мировой ассоциированный интеллект Планеты как производительную силу общества» [6]. Атрибутом такого информационного общества является не только увеличение доли информационного сектора в сфере экономики и народного хозяйства. Создание глобальной информационной инфраструктуры, интеграция телекоммуникационных и информационных услуг, новые формы общения и формирование новых образов неизбежно влекут за собой новые уровни и типы мышления. «На протяжении всего прошедшего столетия НТП [...] многие «продвинутые» философские направления, гуманитарные науки, художественно-эстетические эксперименты подспудно работали на глобальное переформирование человеческой психики, ментальности, сенсорики в направлении подготовки человека к вхождению в виртуальный мир сетевого бытия [...]. Именно в киберпространствах человек по собственному желанию уже скоро сможет стать творцом (пока, слава Богу, виртуальным) и себя самого, и своей жизни, и своего окружения» [2].

Уже в 60-е годы XX века ученые обращают внимание на признаки приближающихся процессов смены эпох: повышение роли знаний и общей информации; появление новых технологий, ускоряющих темпы научно-технического прогресса; развитие рынка услуг; сокращение занятости в материальном производстве. Появляется термин «информационное общество», начинается исследование очертаний и характеристик нового социально-экономического и общественного устройства.

Современные концепции информационного общества позволяют осмыслить изменения, происходящие в социуме, выявить черты и тенденции дальнейшего развития данного типа общества. Информационное общество, по утверждению исследователей, – это общество, в котором большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации, особенно высшей ее формы – знаний [7].

К концу XX века формируются основные теории информационного общества. Исследователи полагают, что теоретическая и практическая деятельность в ближайшем будущем сконцентрируется в большей степени на операциях производства, обработки и хранения информации, а материальное производство перейдет в ведение машин и технологий. К 1980 году в наиболее развитых странах мира сфера информационного бизнеса и информационных услуг резко возросла. Например, к этому времени в сельском хозяйстве США было занято 3 % работающих, в промышленности – 20 %, в сфере обслуживания – 30 %, и 48 % людей было занято в создании средств для работы с информацией и непосредственно самой работой с нею [8].

Внедрение новейших информационно-коммуникационных и компьютерных технологий во все сферы общественной жизнедеятельности, мощный наличный поток информации детерминируют формирование новой картины окружающего мира. Актуальность знаний в любой области науки и культуры становится неустойчивой, содержание информации подвержено постоянным изменениям в связи с новыми потребностями развивающегося общества.

Процессы информатизации влекут за собой переход экономики на наукоемкие, ресурсосберегающие технологии производства и формируют новые принципы управления всеми общественными процессами, предоставляют беспрецедентные возможности для творческой самореализации каждого человека.

Развитие сферы массовых коммуникаций позволяет в самые короткие сроки получать самую разнообразную информацию без особых усилий. Это способствует повышению уровня образованности населения, дает возможность человеку свободно ориентироваться в происходящих процессах, анализировать факты и явления, находить наиболее оптимальные решения проблем и задач в профессиональной и социальной деятельности, расширяет возможности межличностной и групповой коммуникации, включает индивида в систему массовых коммуникаций. Таким образом, новый уклад общественной жизни гарантирует возможности развития творческого и интеллектуального потенциала личности и общества в целом.

Одним из первых о грядущих принципиальных изменениях в организации общества заговорил Освальд Шпенглер. Его и называют первым глобалистом. Предрекая закат культуры от наступления царства «систематики», он при этом отнюдь не призывал к всеобщему пессимизму, а, напротив, предлагал заниматься техникой вместо лирики, политикой вместо теории познания. Исследователи учения О. Шпенглера, проецируя его теорию на современную картину мира, обращаются, прежде всего, к феноменам массовой коммуникации, информатизации, компьютеризации. «Истина же западной цивилизации, ее, говоря словами Шпенглера, «последняя метафизика», состоит в том, что история и природа противоположны друг другу. А сегодня это едва ли не их антагонизм, что тоже предсказано Шпенглером в его философии. Ныне наличие второй природы – технологизированной среды обитания – очевидно даже зрителям развлекательных программ телевидения. Да и само телевидение – подсистема той же среды» [17]. Есть и более жесткие оценки: «Цивилизация породила чудовищного «обитателя» планеты, который развивается по своим законам, да еще приспособливает к своим нуждам взрывообразно множасьее человечество. И уже современные «дети Земли» заговаривают о «постчеловеческом» мире – мире информационно-компьютерном» [17].

Учение О. Шпенглера призвано было преодолеть механистичность существующих в XIX веке теорий эволюции культуры как единого восходящего процесса становления мировой культуры, где европейская культура считается высшим уровнем развития человечества. «Мировая культура предстает как ряд независимых друг от друга, замкнутых культур, каждая из которых имеет свой темп развития и отведенное ей время жизни. За этот период каждая культура, подобно живому организму, проходит несколько стадий: от рождения через молодость, зрелость, старость до смерти. Исходя из этого Шпенглер создает концепцию одновременности явлений в разных культурах, отделенных промежутками в тысячелетия, но проходящих три одинаковых этапа: мифо-символическая ранняя культура, метафизико-религиозная высокая культура, поздняя цивилизационная структура» [7].

В процессах развития любой культуры О. Шпенглер выделяет два направления развития: восходящий (собственно культура) и нисходящий этап цивилизации. Цивилизация уродует природную культуру, превращая ее органические начала в закорстевшие, механистические формы. Причиной тому является бурный процесс технической революции, наступление эры машинного производства, урбанизация, появление мегаполисов со своими законами массовых видов производства, массовой культуры и формирование информационно-технологической культуры.

Существование любой культуры, как утверждает Шпенглер, начинается с эпохи варварства, которая сменяется организационными формами политической и культурной структуры общества. Расцвет культуры неизбежно переходит в период декаданса, а эпоха мрака и упадка вновь ведет к варварству, когда все становится предметом торговли, отмирают духовные ценности. Стадия цивилизации – это и есть конец, или закат, культуры.

Кризисные процессы Шпенглер рассматривает на примере культуры Запада, категорически констатируя ее гибель. Всякая культура имеет свою фазу цивилизации. «Цивилизация есть завершение. Она следует за культурой, как ставшее за становлением, как смерть за жизнью, как окоченение за развитием, как духовная старость и каменный и окаменяющий мировой город за господством земли и детством души, получившими выражение, например, в дорическом и готическом стилях. Она неотвратимый конец; к ней приходят с глубокой внутренней необходимостью все культуры» [17]. Таким образом, кризис культуры, по Шпенглеру, – это вхождение ее процветания в заключительную цивилизационную стадию.

Ученый-футуролог Д. Белл является одним из самых известных теоретиков информационного, постиндустриального общества. Его концепция построена на доказательстве того факта, что индустриальное общество переживает глубокий кризис и в ближайшее время будет преобразовано в новую форму. По Д. Беллу, это будет постиндустриальное общество, общество взаимных услуг. Исследователь утверждает, что в ближайший период будет значительно сокращаться количество людей, занятых в сфере материального производства, наряду с увеличением и расширением сектора услуг, научной и культурной сферы, политики, государственного управления, индустрии развлечений.

Представления футурологов об информационном обществе разнятся в некоторых описательных характеристиках, однако принципиально сходятся в главном – в новом общественном укладе информация становится не только товаром, но и источником стоимости и орудием господства. Д. Белл утверждает, что информация – это не просто специфический товар, это продукт, призванный к неизбежному потреблению не только отдельным человеком, но и в целом – всем обществом.

Программные работы Д. Белла – «Встреча 2000 год» («Towards the Year 2000», 1968) и «Грядущее постиндустриальное общество» («The Coming of Post-Industrial Society: A Venture of SocialForecasting», 1973). Автор утверждает, что развитие информационного общества будет сопровождаться революционными изменениями в науке, в технике и технологии производства, формированием новых законов общественного устройства и социальной жизни.

Мир Д. Белл делит на три типа социальной организации: доиндустриальный (добывающая деятельность) – это «взаимодействие человека с природой»; индустриальный (промышленное производство) – это «взаимодействие человека с искусственной природой, с техникой»; постиндустриальный (обработка данных, управление, информация) – «взаимодействие людей друг с другом» [1].

Отличительные элементы постиндустриального общества в теории Белла: во-первых, это общество, основанное на услугах; во-вторых, общество знания, информации, в котором информация, а не труд становится источником стоимости. «Радикально новым явлением сегодня стала кодификация теоретических знаний и та важная роль, которую она играет как в создании новых знаний, так и в производстве товаров и услуг» [1].

Принципиальная характеристика постиндустриального общества, по Д. Беллу, – это изменение характера труда. В новых его формах отсутствует истинная природа, она полностью сменяется процессами коммуникации в профессиональной и социальной жизни. В новом обществе появляются и новые возможности – для превращения коммуникации в игру, для более широкого применения женского труда, происходит переплетение науки с машинным производством, формируются более совершенные законы социального контроля и управления.

Борьба общественных классов, сопровождающая эпохи доиндустриального и индустриального развития, в информационном обществе, считает Д. Белл, утрачивает свою актуальность. Постиндустриализм порождает некие локально-социальные и локально-профессиональные группы, которые автор называет «ситосы» (от лат. *situ* – местоположение). Автор выделяет четыре функциональных «ситоса»: научный, технологический, административный и культурный; и пять институциональных: производственные предприятия, учебные заведения и исследовательские институты, правительственные организации, социальные комплексы и военная сфера. Информационное общество представляется Беллу как бесклассовое, в котором лидерство принадлежит тем, кто имеет высокий уровень образованности, квалификации и компетенций.

Таким образом, Д. Белл сформулировал основные черты постиндустриального общества: сокращение занятости в сфере материального производства, расширение сектора услуг; приоритетное положение класса профессионалов с высоким уровнем знаний; центральная роль техники и технологий.

Практически все теоретики информационного общества выделяют три этапа социально-экономического состояния человеческого сообщества (доиндустриальный, индустриальный и постиндустриальный) и сходятся в том, что в XXI веке мы уже живем в постиндустриальном обществе. В новом типе социальной организации меняется социальная география и инфраструктура. Если в индустриальном обществе важнейшим условием развития промышленности и всего рынка было наличие транспортных потоков, то в постиндустриальном обществе такая роль транспорта уже не является исключительной и во многих случаях вообще утрачивает актуальность. Д. Белл приводит пример роттердамского рынка нефти, который ранее представлял собой гавань с нефтехранилищами, где постоянно «крутились» и заключали сделки «на месте» брокеры. Сегодня этот рынок существует «везде». «Это система телексной и радиосвязи, посредством которой брокеры в разных уголках мира могут совершать сделки и направлять находящиеся в море суда в разные порты для доставки нефти в соответствии с заключенными договорами. Фактически рынок – это уже не место, а сеть. «Средства связи заменяют средства транспорта в качестве главного средства общения людей и способа совершения деловых операций» [1].

Связь является также и основой для возникновения общечеловеческой, «альтернативной» культуры. «Впервые в истории телевидение создало то, что греки некогда называли ойкуменой, – единое сообщество, или то, что М. Маклюэн, футуролог в области средств массовой информации, называл «глобальной деревней». Большая часть новостей сегодня воспринимается визуально в режиме «реального времени», т. е. в момент совершения событий...» [1]. Средства массовой коммуникации формируют общие, одинаковые для всех народов и национальностей вкусы в стиле одежды, в области спорта, отдыха, развлечений. В связи с этим Д. Белл считает одним из важнейших вопросов «глобального общества» вопрос о судьбах культуры. «Станем ли мы однородными? Что в таком случае произойдет с национальными традициями, корнящимися в языке, и с исторической культурой?» [1].

Изобретение видеомэгафона, аудиоплеера, банкомата, электронной почты, «виртуального секретаря» позволило человеку управлять временем и пространством. «Разрушение представлений о пространстве и времени, о системе координат, в соответствии с которой мы организовывали реальность, – это один из важнейших шагов вперед в направлении информационного общества» [1].

При этом Д. Белл прогнозирует, что в результате дальнейшего развития постиндустриального общества предстанут явные проблемы управления «коммунальным обществом», развития альтернативной культуры. Среди «неявных» проблем он называет «изменения в сознании и космологических представлениях, полутень которых всегда присутствовала на периферии человеческих представлений о себе и мире». На протяжении многих веков реальностью обще-

ственного сознания была природа, в индустриальном обществе реальностью стала техника, а в современном информационном обществе «реальность является в первую очередь социальным миром – не природным, не вещественным, а исключительно человеческим – воспринимаемым через отражение своего «я» в других людях». «Общество само становится сетью сознания, формой воображения, которая должна быть реализована как социальная конструкция. Поэтому неизбежно, что постиндустриальное общество ведет к появлению нового утопизма, как инженерного, так и психологического. Человек может быть переделан или освобожден, его поведение – запрограммировано, а сознание – изменено. Ограничители прошлого исчезли вместе с концом эры природы и вещей» [1].

Принципиальных отличий в основных теориях нового общества существует мало. Элвин Тоффлер, например, называет периоды развития цивилизации «волнами», доказывая, что человечество достигло «третьей волны». В обществе третьей волны, считает Тоффлер, формируется новая «ментальная модель действительности», в которой возникающие образы не только предоставляют возможность видеть общие очертания картины окружающего мира, но и позволяют определять каждому члену социума «место в структуре личностных взаимоотношений» [13]. Общество «первой волны» испытывало дефицит сообщений, насыщенных информацией, «вторая волна» создает новые формы информационной жизни – средства массовой коммуникации, энергия которых «текла по региональным, этническим, племенным каналам, стандартизируя образы, бытующие в обществе» [13]. Со временем эти образы, предлагаемые массовой коммуникацией, проходят этап стереотипизации и трансформации в устоявшиеся образы, которыми и оперируют члены общества «второй волны», извлекая их по мере необходимости из «картотеки файлов» [13].

«Третья волна» характеризуется высокой скоростью развития новых информационно-коммуникационных технологий, которая фактически лишает человека возможности оперировать «имиджевой базой данных» в силу беспрецедентных темпов смены одного сообщения другим.

Такой тип культуры Тоффлер называет «блип-культура», в его формировании участвуют «блипы» информации: приказы, команды, фрагменты новостей, отрывки из стихов и песен, которые невозможно выстроить в определенную систему «отчасти потому, что они не укладываются в старые категории, отчасти потому, что имеют странную, текучую, бессвязную форму» [13]. Участники этого процесса вынуждены самостоятельно формировать картину реальности из предлагаемых средствами массовой коммуникации образов и «блипов». Вследствие стремительного потока информации, отсутствия возможности осмыслить и проанализировать поступающие «блипы» возникает новый способ потребления информации – «зэппинг», в ходе которого из полученных фрагментов информации формируются сиюминутные мифообразы реальности, часть из которых оставляет свои отпечатки, но не становится основой представлений об окружающем мире, поскольку идет процесс постоянной «перезагрузки», обновления информации, когда образы быстро теряют свою актуальность и заменяются новыми. Процесс распространения блип-культуры определяет все увеличивающийся разрыв между обществами «второй» и «третьей» волн.

В обществе «третьей волны» человек успешно приспосабливается к мощному потоку информации, осваивая новые формы ее потребления. Объемы и скорость передачи вырастают в геометрической прогрессии, так как этого требуют условия новой социальной и технологической реальности. Эти новые условия детерминируют формирование новой личностной организации – информационно-адаптированной, основными признаками которой являются свободное ориентирование в огромных массивах информации, способность осуществлять отбор поступающих сообщений и эффективно применять инструменты информационной культуры в своей деятельности.

Одно из фундаментальных исследований информационного общества принадлежит футурологу Мануэлю Кастельсу. В книге «Информационная эпоха: экономика, общество и культура» он детально описывает характеристики нового типа социальной организации. В их числе принципиальное повышение роли информации и знаний, переход от стандартизированного производства к индивидуальному, неизбежное присутствие и повсеместное внедрение компьютерных и коммуникационных технологий и приборов.

Информация, по Кастельсу, – это «атрибут специфической формы социальной организации, в которой благодаря новым технологическим условиям, возникающим в данный исторический период, генерирование, обработка и передача информации стали фундаментальными источниками производительности и власти» [4].

В информационном обществе, по мнению Кастельса, существует противоречие между трудом и «коллективным капиталистом», который использует «коллективного работника» в своих целях. Подобное противостояние, предупреждает автор, может привести к «расширению цифрового разрыва, разрыва, который в конечном итоге может вовлечь мир в череду многомерных кризисов» [5].

Фундаментом информационного общества являются не столько информационные технологии, сколько процессы автоматизации труда и свободный доступ к информации. Кастельс считает, что постиндустриализм – это более высокая стадия развития индустриального общества, и вводит понятие «информационального общества», основные черты которого – «способность оптимизировать сочетание и использование факторов производства на основе знания и информации» [4].

Как и все теоретики информационного общества, Кастельс отмечает значение мультимедийных средств в процессах интерпретации действительности и формирования «реальной виртуальности».

В начале 70-х годов XX века распространяются идеи еще одного известного ученого-футуролога Энтони Гидденса. Он обосновывает теорию структурирования, которая предполагает основой информационного общества считать процессы взаимодействия между социальными структурами и человеческой деятельностью. В результате этих процессов членам общества является определенная картина мира, и поведение людей зависит от вариантов интерпретации этой картины в индивидуальном и массовом сознании.

Социальная структура нового формата – это некий свод норм и законов, которые применяются в практической деятельности. Одно из ключевых понятий концепции структурирования – ресурсы, циркулируемые в обществе. Ресурсы материальные – это в первую очередь собственность и система контроля; авторитарные ресурсы находятся в ведении властных структур.

Э. Гидденс оценивает глобальную эпоху весьма объективно. Признавая открывающиеся горизонты возможностей для человечества в новом обществе, ученый констатирует некоторые негативные последствия научно-технического прогресса, который «зачастую приводит к противоположному результату» [3]. «Так, глобальные климатические изменения и связанные с ними опасности, вероятно, являются следствием нашего вмешательства в окружающую среду. В борьбе с этими опасностями нам не обойтись без науки и технологий, но они же и способствовали возникновению самих этих опасностей» [3].

Одна из основных характеристик информационного общества – порождение и стремительное развитие новых коммуникационных технологий. Большую роль в формировании представлений и взглядов современного человека Гидденс отводит средствам массовой информации: «С каждой волной инноваций распространение медийных технологий ускоряется. Понадобилось 40 лет, чтобы количество радиослушателей в Соединенных Штатах достигло 50 миллионов. А число пользователей персональных компьютеров достигло этой цифры уже через 15 лет после их разработки. Когда же появился Интернет, число американцев, регулярно выходящих в «сеть», выросло до 50 миллионов всего за каких-то 4 года» [3].

При этом Гидденс отмечает, что СМИ несут не только информацию и просвещение, но и являются субъектами политических процессов. «Средства массовой информации, особенно телевидение, имеют с демократией двоякую связь. С одной стороны, наличие глобального информационного общества представляет собой мощную демократизирующую силу. С другой стороны, телевидение и другие СМИ уничтожают само публичное пространство для диалога, которое они же и создают благодаря беспрестанному упрощению и персонализации политических вопросов» [3].

В «открытой структуре» глобальных коммуникаций жесткая власть, по Гидденсу, утрачивает свое значение и теряет свою силу. Разрушение Берлинской стены, падение советского режима – свидетельства наступления эпохи «открытой» мировой социальной структуры. Э. Гидденс предупреждает о внешних и «рукотворных» рисках, которые несет глобализация. Внешние риски связаны с «неизменными традициями или законами природы», рукотворные – с деятельностью человека, который пытается изменить законы природы, что влечет за собой экологические катастрофы. «Мы живем в мире, где опасности, созданные нашими же руками, не менее, а то и более серьезны, чем те, что приходят к нам извне. Некоторые из них носят по-настоящему катастрофический характер, как, например, глобальные риски, связанные с экологией, распространением ядерного оружия или возможностью краха мировой экономики. Другие куда более непосредственно затрагивают нас лично – например, это риски, связанные с питанием, здоровьем и даже браком» [3].

Интегрируя основные теории информационного общества, можно выделить следующие основные его характеристики:

- приоритетное положение информации в среде материальных и социальных ресурсов общества;
- автоматизация формирования, обработки, хранения и использования знаний с помощью информационно-коммуникационных технологий;
- порождение и стремительное распространение новейших средств массовой коммуникации;
- возникновение новых способов потребления информации;
- глобальность ИКТ (информационно-коммуникационных технологий), то есть распространение на всем социальном пространстве;
- формирование единого международного информационного пространства;
- свободный доступ к информационной базе;
- изобретение и распространение новых коммуникационных и мобильных приборов и систем связи;
- сокращение занятости в материальном производстве;
- расширение сферы услуг и усиление информационного сектора, возникновение новых профессий и специализаций;
- формирование новой социально-информационной культуры;
- расслоение общества по признаку уровня доступа к информации.

Таким образом, большинство исследователей нового социального типа организации человеческого сообщества сходятся в главном: информация – это кровеносная система информационного общества, это и товар, и продукт, и источник стоимости, это инструмент профессиональной и социальной человеческой деятельности, это системное основание постиндустриализма.

Рассматривая принципы современного деления развития общества на этапы, можно проследить и причины развития информационного рынка. Усложнение производственной и социальной структуры общества постепенно приводило к развитию коммуникационных каналов от межличностной коммуникации до социальной, массовой. Переход от одной формации к другой обусловил и возникновение новых каналов. Эволюционный процесс движения от натураль-

ного хозяйства к рынку, от феодального способа производства к капиталистическому диктовал все новые требования к информационной инфраструктуре общества. Схематично парадигму «следствие – причина» развития информационного рынка представляет в своих исследованиях, в частности, Л. Н. Федотова [16]:

1. Расширение материального производства = информационное обеспечение массы товаров.
2. Развитие социально-политической структуры общества = информационное обеспечение агитационно-пропагандистских нужд социальных объектов в борьбе за власть.
3. Урбанизация, расселение в рассредоточенных ареалах, возникновение городов = необходимость в информационном обеспечении территориальной общности.
4. Возникновение международного рынка = необходимость в развитии международных коммуникаций.

Принципиальные изменения в сфере информационного сопровождения деятельности человеческого сообщества возникли в период перехода от ремесленного производства к мануфактуре. Мануфактура географически уже находилась в отдалении от места проживания, в связи с чем сформировалась необходимость в информации о местонахождении и содержании деятельности мануфактуры. Разделение труда привело к массовому производству товаров, сбыт продукции выделился в самостоятельный вид деятельности, что породило необходимость в информационном обеспечении массы товаров. Относительная специализация производства формировала предложение и спрос, что повлекло потребность в их объединении и выявлении взаимосвязей. Реклама «на месте продажи» сменилась направлением «настижения потребителя» – дома, на отдыхе и т. п., чтобы не только информировать, но и формировать потребности.

В постиндустриальном обществе производство и распределение товаров все больше зависит от эффективно действующих информационных и коммуникационных технологий и сетей связи. Эти факторы диктуют обществу необходимость создания все более совершенных информационных магистралей. Теперь действие разворачивается прежде всего в Интернете и в плоскости интерактивного телевидения, где потребитель может не только заказывать трансляцию фильмов, программ, вмешиваться в их ход, но и делать покупки, заказывать билеты, выбирать отели и т. п. Будущее, безусловно, за дистанционным взаимодействием, торговлей, обучением и медицинским наблюдением на расстоянии, за свободным доступом к любой информации в сетях, за мультимедийными редакциями.

Задание для самостоятельной работы студентов

Студент должен проработать текст параграфа, осмыслить его содержание и освоить основные выводы. Самостоятельно оценить эффективность данного вида работы помогут ответы на следующие вопросы:

1. Как вы полагаете, почему формирование информационного общества и сопутствующих ему процессов изменения общественного бытия и общественного сознания является одной из центральных проблем человеческого сообщества?
2. Когда зародилось постиндустриальное общество?
3. В трудах какого исследователя представлен классический «человек массы»?
4. Назовите фактор, который сыграл определяющую роль в формировании «массового человека».
5. Какой известный теоретик постиндустриального общества определял единым и всеобщим приоритетом информацию?
6. Назовите три важных фактора, которые неизбежно влекут за собой новые уровни и типы мышления.

7. Когда информационное общество как социальная, экономическая и культурная система становится объектом внимания?
8. В какое время термин «информационное общество» конституировался?
9. Назовите два процесса, под влиянием которых формируется информационное общество. Обоснуйте свой ответ.
10. Перечислите основные характеристики информационного общества.
11. Какого исследователя называют первым глобалистом?
12. В каком научном труде О. Шпенглер рассматривает феномен кризиса в культуре?
13. На какие три типа социальной организации Д. Белл делит мир? 14. Назовите, по Д. Беллу, четыре основные черты постиндустриального общества.
15. Как Э. Тоффлер называет периоды развития цивилизации?
16. На чем, по мнению Э. Гидденса, основано стратегическое поведение людей?

Библиографический список

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / пер. с англ. – М.: Academia, 1999. – 956 с.
2. Бычков В. В. Феномен неклассического эстетического сознания // Вопросы философии. – 2003. – № 10. – С. 61–71.
3. Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь / пер. с англ. – М.: Весь мир, 2004. – 120 с.
4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ-ВШЭ, 2001.
5. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / пер. с англ. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004. – 328 с.
6. Концепция программы развития и информатизации в РФ до 2015 г. – М.: Министерство РФ по связи и информатизации, 2000.
7. Кравченко А. И. Культурология: словарь. – М.: Академический проект, 2000.
8. Негодаев И. А. Философия техники. Диалектика взаимосвязи общественного прогресса и техники [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://polbu.ru>.
9. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / пер. с исп. – М.: ЗАО НПП «Ермак», 2003. – 269 с.
10. Сарагоса Ф. М. Завтра будет поздно / пер. с исп.; [предисл. Ч. Айтматова]. – М., 1989.
11. Социологическая концепция Э. Гидденса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nir.ru/sj/sj/sj1-2-00klim.html>.
12. Теория постиндустриального развития Д. Белла [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru/istoria-economicheskikh-ucheni-3/49.htm>.
13. Тоффлер Э. Третья волна. – М.: АСТ, 2004.
14. Тоффлер Э. Шок будущего / науч. ред., авт. предисл. П. С. Гуревич. – М.: АСТ, 2003.
15. Федотова Л. Н. Социология рекламной деятельности: учебник. – М.: Гардарики, 2002.
16. Федотова Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе: учебник. – М.: Камерон, 2005.
17. Шпенглер О. Закат Европы / авт. вступ. ст. А. П. Дубнов, авт. коммент. Ю. П. Бубенков и А. П. Дубнов. – Новосибирск: Наука. Сибирская издательская фирма, 1993.

1.2. Массовые коммуникации: понятие, структура, классификация. Место средств массовой информации в системе СМК

Несмотря на факт беспрецедентного влияния средств массовой информации на общественное сознание, признание учеными их исключительной роли в процессе формирования новой картины мира, на сегодняшний день СМИ по-прежнему рассматриваются прежде всего как канал информации, а не как субъект смыслопостроения. В связи с этим их гносеологические функции и место в структуре общественного сознания пока в достаточной мере не выявлены. Дискуссионное поле этой научной проблемы в первую очередь концентрируется в сфере понятийного определения СМИ, функций и структуры, существования собственного языка СМИ и способности самостоятельно продуцировать смыслы, а также в сфере прогнозирования вектора их дальнейшего развития.

Полярность точек зрения ученых в этой области объясняется, с одной стороны, слишком стремительным развитием массовой коммуникации и прикладных наук, предлагающих все новые и новые технологии массового общения, а с другой – традиционно осторожным отношением фундаментальной науки к новым оценкам сущностных характеристик и функций явления.

Свое место в данной дискуссии занимают вопросы, связанные с ценностными категориями, применимыми к данной сфере, в частности дилеммы «средство – сущность», «средство – цель», «возможность – действительность». Так, известный исследователь в области процессов формирования общественного сознания С. Московичи в своем труде о разделении общества на органические и моделируемые утверждает, что превращение средства в цель, в «действительность» является инструментом развития общества моделируемого типа: «Нередко можно слышать, как извиняющимся и вместе с тем снисходительным тоном говорят: «это всего лишь средства», чтобы устранить любое суждение и кризис совести. Подобное может звучать верно в обществе с давно устоявшимися и постоянными ценностями, одни из которых служат основой для гармонической организации других. И где средства и цели объединяются в целостность как два независимых ряда, между которыми определенные комбинации разрешены, а другие находятся под запретом. Но это звучит фальшиво в моделируемых обществах по весьма простой причине. А именно потому, что они беспрестанно превращают средства в цели, рассматривая их как одну из возможностей, которая с течением времени становится действительностью» [12].

Философский вопрос о возможном и действительном, впервые системно поставленный Аристотелем, рассматривает форму и материю как неизменное и меняющееся. Если материя каждой вещи заключается в том, что она может быть или не быть, то, принимая форму, материя из возможной превращается в действительную (в терминологии Аристотеля – «энергия» достигает «энтелехии», то есть своей предельности). Вещь существует в действительности, когда она существует энтелехически, а не потенциально.

Современным вариантом теоретических воззрений Аристотеля выступают теории «виртуальной реальности» и «виртуального бытия». Виртуальное трактуется наукой и как нереальное, сверхчувственное, бесплотное, и как определенная возможность, потенция, способная к реализации. Как определенная возможность виртуальное имеет информационную и энергетическую сущность. При условии реализации возможности возникает материальная составляющая виртуального. Эти грани в современной науке называют терминами «виртуал», «потенциал», «актуал» [23].

«Виртуал» – некий прообраз будущего реального образа, он обладает потенциальной энергией и в зависимости от концентрации и мощности потенциала становится актуальным (энтелехиальным, по Аристотелю), существующим в действительности. Если под «виртуалом» понимается «невещественный ген», оригинал, проект, прообраз будущего актуала, то «актуал» – это «экстериоризация, опредмечивание, материальное воспроизведение виртуала с той или иной степенью полноты и точности» [23]. Сфера средств массовой информации и коммуникации является, пожалуй, одной из мощных наличных и потенциальных сфер современного общества и общественного сознания, где реализуются виртуалы, происходит их экстериоризация в виде того или иного актуала, осуществляется переход возможности в действительность, а потенциальные образы сознания обретают системный смысл.

Более того, сами средства массовой информации, выступавшие в прошлом в человеческом сознании как виртуальные явления, например телевидение в начале XX века, сегодня активно реализуют свой потенциал, актуализируются как неотъемлемый и вполне реальный аспект современного общественного сознания. С этой точки зрения, по Московичи, средства массовой информации как результат и инструмент развития общества на рубеже XXI века из «возможности» переходят в ипостась «действительности». Причина тому – «моделирование» информационного общества, благодаря которому СМИ становятся атрибутом и одним из активных субъектов общественных процессов и массового сознания.

Проблема исследования феномена средств массовой информации состоит в том, что в колоссальном количестве публикаций по этой проблематике чрезвычайно мало методологических работ, которые бы на понятийном уровне определили единый подход к средствам массовой коммуникации и массовой информации. Понятие «информация» трактуется различными науками самым широким образом. Под информацией, в частности, понимается информирование как процесс, сообщение о чем-либо, сами сведения об окружающем мире и протекающих в нем процессах [2]. Другие источники уточняют: информация – это сведения, являющиеся объектом хранения, переработки и передачи [24]. Практически все толкования так или иначе включают в перечень значений понятия «информация» не только «сведения» и «сообщения», но и сам процесс информирования, и передачу сведений человеком или специальными устройствами, что, безусловно, подразумевает непременно присутствие обстоятельств коммуникации. Однако авторы прежде всего подчеркивают, что понятие «информация» было введено в науку для обозначения «меры количественного измерения сведений, распространяемых по техническим каналам связи» [21]. И хотя со временем значительно расширились рамки этого понятия, и в современной науке оно все чаще рассматривается в качестве третьего компонента бытия – наряду с веществом и энергией, с научной точки зрения оно далеко до определенности. Ученые констатируют: «содержательная сторона информации остается до настоящего времени наиболее неясной» [21].

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.