

# НОВЫЕ МЕДИА

Социальная теория  
и методология  
исследований

словарь-справочник

Коллектив авторов

**Новые медиа. Социальная теория  
и методология исследований**

«Алетейя»

2015

УДК 070  
ББК 76.0

### **Коллектив авторов**

Новые медиа. Социальная теория и методология исследований /  
Коллектив авторов — «Алетейя», 2015

ISBN 978-5-906792-46-4

В книге представлены сведения о ключевых авторах, теориях и методах, которые относятся к научному направлению социальных исследований новых медиа. Форма словаря позволяет получить концентрированную информацию о том, кто и как, с опорой на какие понятия работает сегодня на этой междисциплинарной научной территории. Словарные статьи сопровождаются ссылками на литературу, которая важна для более широкого, уже не справочного знакомства с темой, статьи-персоналии имеют список работ ученого. Словарь предназначен для ученых, преподавателей, студентов, и практиков, занимающихся исследованием новых медиа с позиций социальных и гуманитарных наук.

УДК 070

ББК 76.0

ISBN 978-5-906792-46-4

© Коллектив авторов, 2015

© Алетейя, 2015

# Содержание

Предисловие	6
Конец ознакомительного фрагмента.	29

# **Новые медиа: социальная теория и методология исследований: словарь-справочник**

© Коллектив авторов, 2015

© Издательство «Алетейя» (СПб.), 2015



## Предисловие

*Заправлены в планшеты космические карты...*  
**В. Войнович, слова песни «14 минут до старта», 1961 г.**

Предваряя наш словарь лирическим эпиграфом, мы стремимся подчеркнуть масштаб изменений, которые произошли в нашей жизни с развитием цифровых технологий. Нас отделяет полвека от момента написания песни, и понимание строчки со словами «планшеты» и «космические карты» ассоциируется сегодня совсем не с экипировкой космонавта. Если в 1960-е планшет с картой был частью мужественного образа тех, кто свершал полеты за пределами земного неба, и означал специальную папку-сумку, где могли лежать карты «звездных дорог», напечатанные на бумаге (возможно, на какой-то суперпрочной, но все-таки бумаге), то в 2000-е планшет с космическими картами вошел в повседневность, и относятся эти слова к тонкому компьютеру, в память которого загружены карты Земли, сделанные со спутников. Этими картами наши современники постоянно пользуются в совсем обычных случаях – будь то путешествие в незнакомом городе, поездка в магазин или осмотр окрестностей при поиске нового жилья. В этой повседневности, опосредованной цифровыми устройствами, где каждый человек становится навигатором медийной реальности, перед нами стоит важная задача – осмыслить новые медиа как область исследований и феномен социальной реальности.

Чтобы понять динамику научной области – например социальной теории новых медиа, – можно также обратиться к логике картирования, то есть разработать карту дискурсивной территории, идентифицировать «собеседников», которые участвуют в обсуждении, и реконструировать обмен идеями и понятиями (а возможно, и споры) между учеными. Хотя каждое возникающее исследовательское поле рождает семантический хаос как необходимый этап исследовательского процесса, со временем границы развивающегося научного направления определяются в своем парадигмальном статусе. Во многом это происходит благодаря систематизации авторских теорий и их понятийного аппарата в монографиях, словарях и учебниках. Именно эту цель и преследуют авторы данного словаря-справочника – дать обобщающую картину опыта социогумантарного знания о новых медиа.

Все средства коммуникации были когда-то «новыми медиа». В первой трети XX столетия развитие радио, в середине – телевидения, а в конце века – интернета инициировали обсуждение не только технологических особенностей этих средств коммуникации, но и социокультурных последствий их распространения. Однако, несмотря на почти столетнюю историю этих дискуссий, по-прежнему непросто говорить о развивающихся теперь уже в XXI веке формах общения. Сегодня все еще сохраняется практика, когда каждый исследователь может принять одну или несколько характеристик, чтобы описать новые медиа. Например, говорят о дигитализации, интерактивности, виртуальности, дисперсии, гипертекстуальности, транскодировании и др. Эта семантическая путаница должна быть прояснена. По нашему мнению, дигитализация, понимаемая как технологическая основа процесса, благодаря которой возможен перевод любого текста в компактную запись, легко передаваемую и связываемую с другими записями такого же формата, – это то, что позволяет создать сети, мультимедиа, коллаборацию и интерактивное общение. Именно такой подход может быть принят за основу для понимания отличий современных новых медиа в сравнении с технологиями коммуникации XX века.

Этот словарь подготовлен в ходе совместного проекта, объединившего интеллектуальные и организационные ресурсы белорусских и российских социологов, занимающихся проблемами социальных коммуникаций. При отборе материала авторы словаря ориентировались на то, чтобы представить общий обзор теорий, авторов и методов, актуальных для сферы новых медиа. Задача дать толкование отдельных понятий, циркулирующих сегодня в междис-

циплинарной области коммуникативистики, авторами словаря не ставилась. Такой ориентир обусловлен тем, что корпус теорий охватывает некоторое «осажденное» знание, знакомство с которым позволяет понять тенденции становления научного направления. Толкование же постоянно разрастающегося тезауруса в зависимости от технологических инноваций позволяет лишь получить краткую справку о каком-либо явлении. Тем не менее ряд важных понятий в словарь вошел. В результате словарь включает:

- статьи, дающие представления о социальных теориях и подходах, сложившихся с 1960-х гг. по настоящее время в изучении новых медиа;
- статьи-персоналии, посвященные отдельным ученым;
- статьи, рассматривающие методы анализа медиатекста;
- статьи о методах исследования интернета и виртуального пространства;
- статьи по ключевым терминам, относящимся к сфере новых медиа.

Работая с теоретическим материалом, раскрывающим медийную тематику, мы не могли не включить в словарь несколько статей, посвященных теориям не новых, но массовых коммуникаций. Это обусловлено преемственностью в развитии медиаисследований и множеством референций в современных теориях на опыт «отцов-основателей» начала и середины XX века.

Порядок статей дается согласно русскому алфавиту, но включают эквиваленты на английском и белорусском языках. Английские эквиваленты отражают потребности современной социальной науки в глобальном масштабе и облегчают поиск дальнейшей информации. Белорусские – важны для профессиональной аудитории коллег, работающих на этом языке.

Словарь в первую очередь предназначен для ученых, преподавателей и студентов, занимающихся исследованием новых медиа с позиций социальных и гуманитарных наук, но может быть интересен и практикам, реализующим различные проекты в этой сфере. Авторы надеются, что книга станет востребованным путеводителем в области теоретического анализа цифровой культуры, компьютерно-опосредованной коммуникации и интернета.

В словаре приняты следующие условные сокращения: СМИ – средства массовой информации, СМК – средства массовой коммуникации, НМ – новые медиа, ИКТ – информационно-коммуникационные технологии, КОК – компьютерно-опосредованная коммуникация, КПК – карманные персональные компьютеры, МТ – медиатекст.

Аватар  
Акторно-сетевая теория  
Анализ различий  
Анализ фреймов  
Антиграмотность  
  
Барлоу Джон Перри  
Безмасштабные сети  
Бенклер Йохан  
Бернерс-Ли Тим  
Богатства медиатеория  
Бодри Жан-Луи  
Бодрийяр Жан  
Больц Норберт  
Большие данные  
Брэдшоу Пол, модели  
коммуникации  
Буш Вэннивар  
  
Вайсман, Джуди  
ван Дейк Тойн А.  
Веб 2.0  
Винер Норберт  
Виральность  
Вирильо Поль  
Виртуальная реальность  
Вульф Кристоф  
  
Герменевтический анализ  
Гиллмор Дэн  
Гипертекст  
Гонтлетт Дэвид  
  
Данбара лимит  
Дебре Режи  
Дженкинс Генри  
Дигитализация  
Дискурс новых медиа  
Дискурса анализ

Жанровый анализ  
Жаргон компьютерный  
  
Игры компьютерные и видео  
Измерение интернет-аудитории  
Иннис Гарольд Адамс  
Интернет-исследования  
Интернет-опросы  
Интертекстуальный анализ  
Инфографика  
Информационная война  
Информационного общества  
теории  
Исследования интернета  
Исследования интернет-  
сообществ  
  
Кастельс Мануэль  
Керкхов Деррик де  
Киберпанк  
Киттлер Фридрих  
Код  
Конверсационный анализ  
Контент-анализ  
Концепт-анализ  
Компенсаторной адаптации  
теория  
Краудсорсинг  
Креолизованный текст  
Кросби Вин, модели  
коммуникации  
  
Ланир (Ланье) Джарон  
Ласкин Бернард  
Лассуэлл Гарольд Дуайт  
Леви Пьер  
Лессиг Лоуренс  
Ликлайдер Джозеф  
Лингвистика медиатекста  
Луман Никлас



Маклюэн Маршалл	Расширения канала теория
Малого мира теория	Ратлидж Памела
Манович Лев	Рашкофф Дуглас
Маршалл Дэвид	Рейнгольд Говард
Массовой коммуникации	Риторический анализ
теории	
Медиалект	Семиотический анализ
Медиалогия	Сетевая нейтральность
Медiateкст	Сетевой индивидуализм
Метц Кристиан	Сетевые жанры
Мобилография	Сетература
Мобильные опросы	Синхронности медиа теория
Модели коммуникации	Социального влияния теория
Модель коммуникации	Социальные медиа
Шеннона-Уивера	Социальных сетей теория
Молтроп Стюарт	Социалингвистика медиатекста
Морозов Евгений	Стиль
Мониторинг социальных медиа	Столлман, Ричард
Мюррей Дженет	
	Тактические медиа
Нарративный анализ	Текл Шерри
Нереактивные методы сбора	Текстологический анализ
данных в интернете	Тьюринг Алан
Нильсен Якоб	Тэггинг
Новых медиа теория	
	Уивер Уоррен
Обработки социальной	Укорененность
информации теория	Управление интернетом
Онлайн-оценка телепередач	
О'Райли Тим	Феноменология медиатекста
	Флюссер Вилем
Посредников коммуникации	Фокус-группа
теория	Фонетическое письмо
Правило 90–9–1	Формат
Принцип шести рукопожатий	Фрейм
Присутствия теория	Функциональная прагматика
Проникновение интернета	
Просьюмер	Хакинг, крэкинг, фрикинг
Психоанализ медиатекста	Хактивизм
Психоллингвистика медиатекста	Харауэй Донна

Хуберман Бернардо	Crosbie's Vin Communication models
Цифровая эра	Crowdsourcing
Цифровое искусство и анимация	Cyberpunk
Цифровой разрыв	Debray Regis
Шеннон Клод Эльвуд	Digital age
Ширки Клэй	Digital art and animation
Электронное письмо	Digital divide
Энгельбарт Дуглас Карл	Digitalization
Эрратив	Discourse analysis
	Dunbar's limit
Язык новых медиа	Electronic writing
	Embeddedness
Actor-network theory	Engelbart Douglas Carl
Analysis of differences	Errative
Anti-literacy	
Avatar	Flusser Vilem
	Focus group
Barlow John Perry	Format
Baudrillard Jean	Frame
Baudry Jean-Louis	Frame analysis
Benkler Yochai	Functional pragmatics
Berners-Lee Timothy John, Sir	
Big data	Games, computer and video
Bolz Norbert	Gauntlett David
Bradshaw's Paul communication models	Genre analysis
Bush Vannevar	Gillmor Dan
Castells Manuel	Hacking, cracking, and phreaking
Channel expansion theory	Hactivism
Code	Haraway Donna
Compensatory adaptation theory	Hermeneutic analysis
Computer jargon	Huberman Bernardo A.
Concept analysis	Hypertext
Content analysis	
Conversation analysis	Infographics
Creole text	Information society theories
	Information war

- Innis Harold Adams  
Internet audience measuring  
Internet communities Research  
Internet governance  
Internet penetration  
Internet research  
Internet Survey  
Intertextual analysis
- Jenkins Henry
- Kerckhove Derrick de  
Kittler Friedrich
- Lanier Jaron  
Lasswell Harold Dwight  
Lessig Lawrence  
Lévy Pierre  
Licklider J. C. R.  
Linguistics of mediatexts  
Luhmann Niklas  
Luskin Bernard
- Manovich Lev  
Marshall David  
Mass communication theories  
McLuhan Marshall  
Media richness theory  
Medialect  
Medialogy / Mediology  
Mediatext  
Medium theory  
Metz Christian  
Mobile Surveys  
Mobilography  
Models of communication  
Morozov Evgeny  
Moulthrop Stuart  
Murray Janet H.  
Narrative analysis
- Net neutrality  
Net-genres  
Netrature  
Networked individualism  
New media discourse  
New media language  
New media theory  
Nielsen Jakob  
Nonreactive data collection on the  
Internet
- O'Reilly Tim  
Online estimates of telecasts  
Online Survey
- Phenomenology of mediatexts  
Phonetic writing  
Presence theory  
Prosumer  
Psychoanalysis of mediatexts  
Psycholinguistics of mediatexts
- Rheingold Howard  
Rhetoric analysis  
Rule 90–9–1  
Rushkoff Douglas  
Rutledge Pamela
- Scale-free networks  
Semiotic analysis  
Shannon Claude Elwood  
Shannon-Weaver model of  
Communication  
Shirky Clay  
Six degrees of separation  
Small world theory  
Social influence theory  
Social information processing  
theory  
Social media



Social media monitoring  
Social network theory  
Sociolinguistics of mediatexts  
Stallman Richard  
Style

Tactical media  
Tagging  
Textual analysis  
Theory of media synchronicity  
Turing Alan  
Turkle Sherry

van Dijk  
Virality  
Virilio Paul  
Virtualreality

Wajcman Judy  
Weaver Warren  
Web 2.0  
Wiener Norbert  
Wulf Christoph

Аватар  
Актар-сеткавая тэорыя  
Аналіз адрозненняў  
Аналіз фрэймаў  
Анлайн-ацэнка тэлеперадач  
Антыграматнасць  
Апрацоўкі сацыяльнай  
інфармацыі тэорыя

Багацця медыя тэорыя  
Бадры Жан-Луі  
Бадрыяр Жан  
Барлаў Джон Пэры  
Безмасштабныя сеткі  
Бенклер Ёхай  
Бернерс-Лі Цім

Больц Норберт  
Брэдшоў Пола мадэлі  
камунікацыі  
Буш Вэнівар

Вайсман Джудзі  
Ван Дэйк Тойн А.  
Вінэр Норберт  
Віральнасць  
Віртуальная рэальнасць  
Вірылья Поль  
Вульф Крыстоф  
Вымярэнне інтэрнэт-аўдыторыі  
Вэб 2.0  
Вялікія дадзеныя

Герменэўтычны аналіз  
Гілмар Дэн  
Гіпертэкст  
Гонтлет Дэвід  
Гульні камп'ютарныя і відэа

Данбара ліміт  
Даследванні Інтэрнэта  
Даследванні інтэрнэт-  
супольнасцяў  
Джэнкінс Генры  
Дыгіталізацыя  
Дыкурс новых медыя  
Дыкурса аналіз  
Дэбрэ Рэжы

Жанравы аналіз  
Жаргон камп'ютарны

Інніс Гаральд Адамс  
Інтэрнэт-даследванні  
Інтэрнэт-апытанні  
Інтэртэкстуальны аналіз  
Інфаграфіка

Інфармацыйная вайна  
Інфармацыйнага грамадства  
тэорыі

Канверсачыйны аналіз  
Кантэнт-аналіз  
Канцэпт-аналіз  
Кампенсаторнай адаптацыі  
тэорыя  
Кастэльс Мануэль  
Керкхаў Дэрык дэ  
Кіберпанк  
Кіраванне Інтэрнэтам  
Кітлер Фрыдрых  
Код  
Краўдсорсінг  
Кросбі Віна мадэлі камунікацыі  
Крэалізаваны тэкст

Ланір Джэран  
Ласкін Бернард  
Ласуэл Гаральд Дуайт  
Леві П'ер  
Лессіг Лоўрэнс  
Ліклайдэр Джозэф Карл Робнэт  
Лінгвістыка медыятэкста  
Лічбавае мастацтва і анімацыя  
Лічбавая эра  
Лічбавы разрыў  
Луман Ніклас

Мабілаграфія  
Мабільныя апытанні  
Мадэлі камунікацыі  
Мадэль камунікацыі Шэнана-  
Уівера  
Маклюэн Маршал  
Малога свету тэорыя  
Маніторынг сацыяльных медыя  
Мановіч Леў

Марозаў Яўген  
Маршал Дэвід  
Масавай камунікацыі тэорыі  
Медыялект  
Медыялогія  
Медыятэкст  
Мова новых медыя  
Молтрап Сцюарт  
Мюррэй Джэнет  
Мэтц Крысціян

Наратыўны аналіз  
Нерэактыўныя метады збору  
дадзеных у Інтэрнэце  
Нільсэн Якаб  
Новых медыя тэорыя  
О'Райлі Цім

Пасярэднікаў камунікацыі  
тэорыя  
Пашырэння канала тэорыя  
Пранікненне Інтэрнэта  
Правіла 90–9–1  
Прынцып шасці поціскаў рукі  
Прасьюме  
Прысутнасці тэорыя  
Псіхааналіз медыятэкста  
Псіхалінгвістыка медыятэкста

Ратлідж Памэла  
Рашкоф Дуглас  
Рэйнгальд Говард  
Рытарычны аналіз

Сацыялінгвістыка медыятэкста  
Сацыяльнага ўплыву тэорыя  
Сацыяльных сетак тэорыя  
Сацыяльныя медыя  
Семіятычны аналіз



Сеткавая нейтральнасць  
Сеткавы індывідуалізм  
Сеткавыя жанры  
Сецература  
Сінхроннасці медыя тэорыя  
Столман Рычард  
Стыль  
  
Тактычныя медыя  
Тэгінг  
Тэкл Шэры  
Тэксталагічны аналіз  
  
Уівер Уорэн  
Укараненне  
  
Фанетычнае пісьмо  
Фармат  
Фенаменалогія медыятэкста

Флюсэр Вілем  
Фокус-группа  
Фрэйм  
Функцыянальная прагматыка  
  
Хараўэй Дона  
Хакінг, крэкінг, фрыкінг  
Хактывізм  
Хуберман Бернарда  
  
Цьюрынг Алан  
  
Шыркі Клэй  
Шэнан Клод Эльвуд  
  
Электроннае пісьмо  
Энгельбарт Дуглас Карл  
Эратыў

**Аватар (avatar, аватар)** – это графическое представление пользователя в онлайн-пространстве (компьютерной игре, социальной сети и т. п.). Термин происходит из индуистской мифологии, согласно которой он означает мирское воплощение бога. Первое использование термина произошло в онлайн-игре «Среда обитания» (Habitat), созданной в конце 1980-х гг. компанией Lucasfilm Games в сотрудничестве с Quantum Computer Services, Inc. В то время, когда почти во всех онлайн-играх оперировали только текстом, «Среда обитания» задавала тон в применении подвижной мультипликации, представлявшей играющих людей в их взаимодействиях друг с другом в виртуальном пространстве. Создатели «Среды обитания» назвали эти мультипликационные образы аватарами, и термин был с энтузиазмом подхвачен всеми последующими разработчиками графических систем.

Термин хорошо отражает преимущества и ограничения онлайн-взаимодействия. Подобно богам, спустившимся в маленький мир людей, пользовательские аватары могут управлять некоторыми явлениями в виртуальном пространстве способами, которые невозможны в реальных условиях (например сверхвысоко прыгать, сверхбыстро бегать, даже летать и т. п.). Но вместе с тем оболочка аватаров не способна представить нюансы телесного выражения, доступные человеческому телу в ситуации взаимодействия лицом к лицу. Таким образом, опыт действий в виртуальной среде посредством аватара можно рассматривать, согласно индуистской мифологии, как аналогичный действиям богов, подвергающихся ограничениям в их земных телах.

Распространению и легитимации термина помог роман американского писателя-фантаста Нила Стивенсона «Лавина» (1992 г.). Н. Стивенсон, имевший практику компьютерного программирования, изобразил в романе параллельное существование двух миров – реального и виртуального – и также использовал термин аватар, чтобы обозначить существование людей в смоделированном цифровом мире. Книга Н. Стивенсона стала культовым текстом для геймеров и участников чатов.

Со временем выбор аватара превратился в рутинную практику не только для игроков компьютерных игр, но и для пользователей социальных сетей, блогов и форумов. Когда новый пользователь регистрируется на каком-либо ресурсе, предполагающем коммуникацию в сообществе, чаще всего он должен представиться с помощью аватара. В некоторых системах пользователи выбирают аватар из набора уже имеющихся, предложенных разработчиками, образов, в других – могут импортировать свои собственные изображения. Аватары могут быть двумерными и трехмерными и ранжируются по сложности и гибкости жестикуляции, мимики, выполняемых движений, а также по авторскому дизайнерскому стилю и т. д.

Использование аватара как способа визуальной самопрезентации личности в онлайн-пространстве вызвало обсуждение норм опосредованного общения. С одной стороны были те, кто считал (и, вероятно, продолжает считать), что аватары – это только элемент игры, и к ним не применимы правила взаимодействия, существующие по отношению к социальным субъектам. С другой стороны были те, кто полагал, что аватары обладают тем же статусом и вступают в те же отношения, как и их человеческие операторы. Эти дебаты отражают мнение о «сомнительном» статусе онлайн-социальности, часто понимаемой как менее «реальная» по сравнению с отношениями лицом к лицу.

## Литература

*Damer B.* Avatars! Exploring and Building Virtual Worlds on the Internet. Berkeley, Calif.: Peachpit Press, 1998.

*Rheingold H.* The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. Reading, Mass.: Addison-Wesley, 1993.

*Taylor T. L.* Living Digitally: Embodiment in Virtual Worlds // *The Social Life of Avatars: Human Interaction in Virtual Worlds* / R. Schroeder, ed. London: Springer-Verlag, 2001.

О. Сепреева

**Акторно-сетевая теория (Actor-network theory, Актар-сеткавая тэорыя)** – теория, известная также как социология перевода, первоначально формировалась в исследованиях науки и технологий усилиями таких ученых, как Мишель Каллон, Бруно Латур и Джон Ло. Их целью было объяснение характера научной работы, находящейся под влиянием множества факторов (как писали эти авторы, наука имеет «гибридный» характер). Не акцентируя внимания только на одной стороне научной деятельности – влиянии культуры и общества или, наоборот, природы и технологии, – родоначальники ANT развивали представления о перформативном производстве науки. Перформативность в данном случае означает, что деятельными участниками научного открытия являются не только ученые, но также включенные в этот процесс нечеловеки – машины, приборы, тексты и объекты исследования. Логику научной работы, по мнению сторонников ANT, невозможно объяснить, если не принимать во внимание, какие различия вносит в исследовательскую практику использование одних, а не других приборов, лабораторных образцов, программ обработки данных. Кроме того, эта теория вскрывает связь науки с политической повесткой дня, со стратегическими союзами и международными альянсами. Социальные исследователи не должны выбирать между изучением природы или технологии, противопоставляя их культуре или обществу, напротив, задача состоит в том, чтобы поместить в центр изучения саму практическую деятельность, чтобы объяснить, как в этом процессе функционирует природное, технологическое, культурное и социальное.

ANT, появившись в 1980-х гг., не осталась в границах анализа только науки и техники, а в течение нескольких последующих десятилетий стала влиятельной методологией, воспринятой в антропологии, культурной географии и в коммуникативистике в том числе. В исследованиях коммуникации ANT более всего представлена разработками Монреальской школы организационной коммуникации (лидер – Джеймс Р. Тейлор). В перспективе ANT организация рас-

смачивается не как уже сложившийся коллектив, но как постоянно воссоздаваемый продукт коммуникативной активности. Эта индуктивная логика аналитических процедур высвечивает организующие возможности коммуникации, при этом исследуются все формы общения и текстовой деятельности, которые в буквальном смысле составляют то, что мы называем организацией (делается ли это менеджерами, простыми работниками, механизмами, компьютерами или архитектурными элементами).

Чтобы объяснить состояние взаимосвязанности (гибридности) мира, в котором мы живем, в русле ANT были разработаны несколько важных понятий.

Во-первых, понятие «представитель» (spokesperson), которое показывает, каким образом тот, кто совершает некоторое действие, выступает в союзе с другими. Представитель, действуя или говоря от имени нескольких других, тем самым создает и поддерживает коллективы или сети. Как только актер признан в качестве представителя некоторого коллектива, мы можем идентифицировать не только говорящего, но и тех других, от имени которых совершается действие. Применительно к организационной коммуникации, можно сказать, что организации существуют посредством действий акторов-представителей. Поэтому непродуктивно с точки зрения ANT

концентрироваться на макро- или микросоциологическом анализе явлений, они явлены всегда связкой «актор – сеть».

Во-вторых, в ANT используется понятие «перевода», что подразумевает принципиальную возможность как для людей, так и для нечеловеков быть медиумами и постоянно получать и распространять идеи. Например, в организации административный запрет на опоздания может быть переведен с языка инструкций в механические (или электромеханические) действия специальных устройств, установленных на входе и фиксирующих время появления на работе всех сотрудников.

Что делает данную теорию особенно интересной для исследователей коммуникации, это то, что любой акт коммуникации может пониматься как деятельность перевода – процесса, когда идеи и утверждения не просто перетекают из точки «А» в точку «Б», но видоизменяются, блокируются, присваиваются или перенаправляются медиумами человеческой и нечеловеческой природы.

## Литература

*Вахитайн В.С.* Возвращение материального. «Пространства», «сети», «потoki» в акторно-сетевой теории // Социологическое обозрение. 2005. Т. 4. № 1. С. 94–115.

*Латур Б.* Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014.

*Cooren F.* The organizational world as a plenum of agencies // Communication as organizing: Empirical and theoretical explorations in the dynamic of text and conversation / Ed. by F. Cooren, J. R. Taylor, E. J. Van Every. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2006. – P. 81–100.

*Taylor J. R., Van Every E. J.* The emergent organization: Communication as site and surface. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2000.

О. Сергеева

**Анализ различий (analysis of differences, аналіз адрознення)** – исследовательская стратегия, ориентированная на выявление, фиксацию и изучение смысловых различий в текстах НМ, позволяющая определить их взаимосвязь с различиями психологическими и социальными. Данный подход представлен в работах С. Тичера (S. Titscher) и М. Мейера (M. Meyer), основанных на теории социальных и коммуникативных систем Н. Лумана (N. Luhman) и концепции исчисления социокультурных различий Дж. Спенсер-Брауна (G. Spenser-Brown). Концепт различий или дифференциальной организации знаков активно разрабаты-

вался в семиотике и структурализме, а важнейшее для АР понятие маркированности, развивая идеи Н. Трубецкого и Р. Якобсона, ввела в социолингвистику Л. Во (L. Waugh). Согласно теории различий, любой вид социальной коммуникации основан на значимых различиях, прежде всего в социальном статусе партнеров, а затем и в производимых ими сообщениях. Внимание исследователя должно быть направлено на реконструкцию различий в высказываниях и нахождение «подразумеваемого контраста» (Дж. Келли) (G. Kelly), который зачастую не может быть объективирован участниками коммуникации. АР стремится выявить следующие аспекты в производстве и трансляции сообщений: какую информацию можно получить из них, какая структура восприятия для этого необходима и каковы «слепые пятна» участников общения в их текущих наблюдениях. Первоначально проводится отбор и идентификация текстов, а затем осуществляются следующие процедуры: 1) определяются явные различия, когда в тексте отмечают отчетливо вербализованные номинации, категории, концепты и формулируют их оппозиции; 2) выявляются скрытые различия, когда стараются найти невербализованные оппозиции; 3) сравниваются явные и скрытые различия; 4) проводится дальнейший опциональный анализ, возникающий из предыдущих стадий и 5) делаются общие выводы. Базовыми единицами анализа в теории различий считаются функциональные синтаксические единицы, в связи с чем упоминают «грамматику непосредственных составляющих» (С. Тичер). Исходным пунктом АР выступает исследование текстовых предложений, в которых выделяют не отдельные слова, а непосредственные грамматические составляющие, чтобы охарактеризовать используемые концепты-оппозиции. Грамматика позволяет разделить предложение на фразы и классифицировать их по синтаксической функции на глагол, существительное и предложные фразы. Все они состоят из тесно взаимосвязанных слов и содержат в себе значения концептов, из которых выстраиваются фразы-оппозиции. Другой ключевой момент для выявления различий обнаруживается в структуре непосредственных составляющих или синтаксической конструкции предложений. В большинстве языков существует «типичная» структура предложения, в которой подлежащее (имя существительное) стоит на первом месте, а затем следует сказуемое (глагольная фраза) и второстепенные члены. Каждый из возможных вариантов изменения структуры предложения рассматривается как возможность специфического сужения информационного содержания. Именно здесь оказывается востребован АР, с позиций которого считается, что отклонения от нормальной структуры в предложении выполняют функцию интонации либо других паралингвистических средств образования смысла. Они выделяют и маркируют особо значимую информацию в предложении или тексте в целом. Как правило, теорию различий можно применять для анализа любого текста (желательно не очень большого объема), если выполняется условие прояснения концептов, используемых в тексте, и значений, которые им придаются в контексте – самой ситуации взаимодействия. Исследователи подчеркивают, что АР в этом смысле не обеспечивает исчерпывающей контекстной информации, но учитывает соответствующие фоновые знания как участников, так и аналитика, что позволяет считать данный метод достаточно продуктивным и при анализе сообщений НМ.

## Литература

Тичер С., Мейер М., Водак Р., Ветер Е. Методы анализа текста и дискурса. Харьков: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2009.

Луман Н. Общество общества. Часть I. Общество как социальная система. М.: Логос, 2004.

Луман Н. Общество общества. Часть II. Медиа коммуникации. М.: Логос, 2005.

Spencer-Brown G. Laws of Form. N.-Y.: Dutton, 1979.

Waugh L. Marked and unmarked: a Choice Beetween Unequals in Semiotic Structure // Semiotica. 1982. 3 (38). P. 299–318.

А. Сарна

**Анализ фреймов (frame analysis, фреймавы аналіз)** – направление исследований сообщений СМИ и НМ, позволяющее выявить, описать и изучить устойчивые смысловые структуры (фреймы). Понятие «фрейм» используют такие авторы, как Г. Бейтсон (G. Bateson), М. Мински (M. Minsky), Дж. Брунер (J. Bruner), И. Гофман (E. Goffman) и др., но именно в работах И. Гофмана осуществляется попытка создать системно проработанную теорию социальных интеракций на основе данного понятия, а также предлагается набор исследовательских процедур для описания и сравнительного анализа фреймов, в том числе в текстах сообщений межличностных и массовых коммуникаций. У Гофмана фрейм предстает как процедурное знание по формальному определению ситуаций взаимодействия между социальными акторами, способствующее выработке определенного отношения к происходящему и возможности оказывать влияние на него. Гофман выделяет «первичные», или исходные, системы фреймов, позволяющие разграничить сферы природы, культуры и социума, а также дополнительные, организующие взаимодействия непосредственно между акторами в пространстве их повседневной жизни. Важно, что системы фреймов не заданы в качестве жестких алгоритмов восприятия и действия, но всегда находятся в процессе формирования, когда и происходит «фреймирование» реальности. При этом фреймы используются как «ключи», способные «переключать» наше восприятие с одного уровня на другой (перцептуальный, ментальный, когнитивный), «настраивать» распознавание ситуации и соотносить воспринимаемое событие с его идеальным смысловым образцом или шаблоном. Гофман выделяет пять основных «ключей», применяемых ко всему многообразию жизненных ситуаций: 1) «выдумка», посредством которой акторы осуществляют драматургическое представление ситуации и отличают постановку от реальности, что постоянно практикуется в театре, кинематографе и СМИ;

2) «состязание» – переключение фрейма схватки в безопасную сферу игры, которая поддерживает ощущение риска и неопределенности складывающихся обстоятельств, например в спорте или игре в рулетку; 3) «церемониал» как ритуальные действия, запускающие механизм приписывания акторам социальных ролей и распределения соответствующих полномочий; 4) «техническая переделка» или «перенастройка», с помощью которой реальная ситуация репрезентируется ее образами в сопровождении четких фоновых указаний на их восприятие как самой реальности (презентации, инсценировки, демонстрации); 5) «переосмысление» как своеобразный ключ к пониманию мотивов действия игроков в ситуациях, когда образ не соответствует реальности (махинации и подтасовки фактов). Системы фреймов могут быть «переключены» и «перенастроены» на восприятие определенных смысловых пластов реальности, что существенно меняет как сами фреймы, так и предыдущие настройки. Поэтому цель АФ как исследовательской процедуры заключается в последовательном обнаружении различных возможностей использования фрейма в конкретных ситуациях и выявлении смысловых уровней его понимания в качестве того или иного «ключа» (кода расшифровки), каждый из которых воспринимается актором как подлинный (соответствующий реальности). Исследователь должен определить отношение участников взаимодействия к фрейму, используемому в зависимости от статуса акторов и их возможности обращения к тем или иным языковым средствам при соотнесении со своей ролью в процессе коммуникации. При этом нужно учитывать, что различные переключения и фабрикация могут разрушать фреймы, что приводит к возрастанию риска и неопределенности как в самих взаимодействиях акторов, так и в интерпретации их сообщений (что особенно характерно для НМ). Преодоление неопределенности связывается с рутинизацией повседневного опыта (например общения в электронных социальных сетях) за счет применения таких процедур «крепления» или «связывания» фреймов, как «заклучение в скобки», «установление ролей», «передача ресурса», «рассогласование» и «всеобщее уподобление». При обращении к данному материалу АФ позволяет выработать типологию общепри-



нятых речевых практик и выявить основы регулятивных (представляющих реакцию на контекст общения) и конститутивных (создающих сам контекст) правил коммуникации в НМ.

## Литература

*Брунер Дж.* Психология познания. За пределами непосредственной информации. М.: Директмедиа Паблишинг, 2008.

*Вахитайн В.С.* Социология повседневности и теория фреймов. СПб.: Изд-во Европейского ун-та, 2011.

*Гофман И.* Анализ фреймов. Эссе об организации повседневного опыта. М.: Институт социологии РАН; ФОМ, 2004.

*Минский М.* Фреймы для представления знаний. М.: Энергия, 1979.

А. Сарна

**Антиграмотность (anti-literacy, антыграмагнась)** – принцип создания текстов на основе отхода от норм литературного языка с его грамматической, фонетической, стилистической и пр. составляющей. Основные принципы А. были изложены российским писателем и журналистом А. Андреевым под псевдонимом Мэри Шелли, в «Манифесте антиграмагнасти», опубликованном в интернете в 1999 г. В дальнейшем А. как исходный постулат творчества был взят за основу в получивших широкую известность игровых формах контркультурной лингвистической практики, таких, как «язык падонков» и его популяризированная версия («олбанский язык»). А. как сознательный выбор определенного стиля речевого поведения может быть противопоставлен безграмотности носителей просторечия или неграмотности «наивного письма». А. предполагает целенаправленное использование приемов по искажению текста, написанного на естественном языке, таких как ошибки в грамматике и синтаксисе, фонетическое письмо, перестановка букв, каламбурное членение и т. п. Принципиально важным для сторонников А. является стремление противопоставить воспроизведение в практике общения естественных «неправильностей» разговорного языка официальному стилю или научному дискурсу, ориентированному на условную правильность норм письменной речи.

## Литература

*Folk-art-net: новые горизонты творчества. От традиции – к виртуальности. Сб. статей.* М.: Государственный республиканский центр русского фольклора, 2007.

*Кронгауз М.* Самоучитель Олбанского. М.: АСТ: Corpus, 2013.

Современный русский язык в интернете. М.: Языки славянской культуры, 2014.

А. Сарна

**Барлоу Джон Перри (Barlow John Perry, Барлаў Джон Пэры)** (р. 1947) – американский поэт, политический активист, киберлибертарианец, один из сооснователей Фонда электронных рубежей – общественной организации, занятой исследованием социально-правовых аспектов функционирования интернета; автор песен американской группы Grateful Dead; кolumnист журнала Wired.

В 1996 г. Барлоу в ответ на введение в США «Акта о благопристойности коммуникации», введившего цензуру в тогда еще мало регулируемом интернете, составил и опубликовал «Декларацию независимости киберпространства». «Декларация...» стала манифестом либертарианской идеологии в управлении интернетом и провозглашала полную свободу киберпространства от юрисдикции существующих государств с целью построения нового общества, «свободного от тирании», социальных неравенств, собственности, принуждения. Согласно «Декларации...», киберпространство должно управляться на основе этики, осознанного личного интереса и общественной пользы. Текст «Декларации...» является торжествен-

ным заявлением о разрыве «киберпространства» и социального пространства и о возможности построения новой утопии: «Мы создадим цивилизацию разума в Киберпространстве». «Декларация...» приобрела популярность в разных странах и была переведена на множество языков, став своеобразным памятником ожиданий компьютерной элиты – «диджерати» – 1990-х гг.

Другое детище Барлоу – Фонд электронных рубежей, основанный в 1990 г., – продолжает деятельность по разработке и продвижению законопроектов о защите прав пользователей и свободы от цензуры в интернете и защите прав пользователей в суде. Двое других основателей Фонда – активист и программист Джон Гилмор, активист и первый председатель Mozilla Foundation Митч Кейпур (см. также: **Столман**).

## Литература

*Барлоу Дж.* Декларация независимости Киберпространства // Компьютерра. 1997. № 29. URL: <http://old.computerra.ru/offline/1997/206/678/> (дата обращения: 01.03.2015).

А. Широканова

**Безмасштабные сети (scale-free networks, безмасштабные сетки)** – сети, где доминирует небольшое количество узлов-концентраторов (хабов), имеющих очень большое количество связей. В связи с особенностями построения для таких сетей характерна структурная инвариантность, отсюда – название. Безмасштабные сети описывают структуру Всемирной паутины, где концентраторами являются сайты наподобие Google и Yahoo. Безмасштабные сети, характерные также для научных цитирований, сетей сотрудничества и многих природных процессов, устойчивы к случайным отказам, но весьма уязвимы по отношению к скоординированным атакам. Моделирование безмасштабных сетей позволяет понять распространение вирусов в интернете и улучшить обеспечение безопасности в сети.

Модель безмасштабной сети по отношению к Всемирной паутине описали венгерско-американские физики Альберт-Ласло Барабаши и Рёка Альберт в 1999 г. Для этой модели характерны, во-первых, установка на рост, а во-вторых, предпочтительное присоединение, т. е. новые узлы с большей вероятностью присоединяются к наиболее популярным существующим узлам-концентраторам.

До этой модели сеть чаще моделировали как случайную, сначала – в модели венгерских математиков Пала Эрдёша и Альфреда Рёnyi (1959), где связь образуется между каждой парой вершин с равной вероятностью; затем – в модели американского исследователя сетей «малого мира» Дункана Уоттса и американского математика Стивена Строгатца (1998), где предполагается короткая средняя дистанция между двумя узлами и кластеризация узлов в триады.

Модель сети «малого мира» успешно описывает нейронные сети сотрудничества актеров кино, однако для описания интернета в большей степени подходит модель безмасштабной сети.

В философии метафора мышления как сети без центра получила отражение в концепции ризомы Жюлья Делёза и Феликса Гваттари – корневища без главного корня, где нет начала и конца, единого кода и центрирующего принципа. Ризому определяет отсутствие единства и возможность присоединения «любого места к любому месту», что, несомненно, вызывает параллели с функционированием Интернета. Тем не менее, несмотря на распространенность метафоры Сети как ризомы, практические исследования показывают, что Всемирная паутина больше соответствует модели безмасштабной сети, т. е. связи в ней образуются не случайно, а согласно принципу предпочтительного присоединения.

## Литература

*Барабаши А.-Л., Бонабо Э.* Безмасштабные сети // В мире науки. 2003. № 8. С. 54–62.

Делез Ж., Гваттари Ф. *Ризома* // Тысяча плато. URL: [http://www.situation.ru/app/j\\_art\\_1023.htm](http://www.situation.ru/app/j_art_1023.htm) (дата обращения: 01.03.2015).

Barabasi A.-L. *Linked: The New Science of Networks*. New York: Basic Books, 2014.

Watts D.J., Strogatz S. Collective dynamics of 'small-world' networks // *Nature*. 1998. № 393. P. 440–442.

А. Широканова

**Бенклер Йохай (Benkler Yochai, Бенклер Ёхай)** (р. 1964) – израильско-американский юрист, теоретик и эксперт в области совместного создания и управления интеллектуальными продуктами, профессор Гарвардской школы права, один из директоров Центра интернета и общества Гарвардского университета.

Изучал право в университете Тель-Авива и Гарвардской школе права. В 1994–1996 гг. работал юристом в США. В 1996–2003 гг. – профессор школы права университета Нью-Йорка, затем – Йельской (2003–2007) и Гарвардской школ права (с 2007 г.).

В книге «Богатство сетей: как социальное производство меняет рынок и свободу» Бенклер исследует общинное управление ресурсами в сетевой среде. Он использует понятие «совместное одноранговое производство» (commons-based peer production) для описания координации действий большого количества людей через Сеть для реализации совместных проектов, но без традиционной иерархии и часто без вознаграждения для участников (см.: **Ширки**). Совместное одноранговое (т. е. неиерархическое) производство включает в себя и случаи индивидуального производства, например ведения блога. Бенклер также пишет о «сетевой информационной экономике» (в противоположность индустриальной), описывая ее как «систему производства, распространения и потребления информационных товаров, которая характеризуется децентрализованными индивидуальными действиями, выполняемыми посредством распределенных нерыночных средств, не зависящих от рыночных стратегий». Бенклер считает «Википедию» и Linux (см.: **краудсорсинг, Лессиг Лоуренс, Столлман Ричард**) примерами более высокой социальной организации, характерной для сетевой информационной экономики. В новой экономике и при новом способе социального производства значительную роль начинают играть альтруистические побуждения и демократизируется участие в производстве культурных продуктов. Для старых производств и компаний проблема, как считает Бенклер, заключается именно в стремлении снова централизовать производство. Бенклер также выражает надежду, что экономика, в которой граждане смогут высказывать свои взгляды онлайн и в которой можно свободно делиться информацией, станет более эффективной и преодолит ограничения традиционных понятий о патентах и авторском праве.

Согласно Бенклеру, сетевая информационная экономика позволяет увеличить автономию индивида, поскольку у него появляется больше источников информации. Бенклер поддержал инициативу Викиликс, посчитав ее нетрадиционным способом выполнения традиционной функции «сторожевого пса», с которой не справляются старые медиа.

## Литература

Benkler Y. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, London: Yale University Press, 2006.

А. Широканова

**Бернерс-Ли Тим (Berners-Lee Timothy, Бернерс-Лі Цім)** (р. 1955) – британский инженер, ученый, изобретатель в области информационных технологий, создал вместе с Робертом Кайо технологию Всемирной паутины, глава Консорциума Всемирной паутины (W3C); старший исследователь Лаборатории компьютерных наук и искусственного интеллекта Массачусетского технологического института (см.: **Ликлайдер, Столлман**).

Изучал физику в Оксфордском университете, работал инженером в телекоммуникационной компании, разрабатывал программное обеспечение. В 1980 г. выполнял проект для CERN – Европейского центра ядерных исследований в Женеве, – где предложил использовать гипертекст для обмена и обновления общей информации между исследователями. В 1984 г. Бернерс-Ли становится постоянным сотрудником CERN. Имея опыт в программировании и широкую информационную инфраструктуру CERN, Бернерс-Ли предложил идею создания большой Сети с использованием доменных имен, общего протокола обмена данными и гипертекста для ускорения работы. В августе 1991 г. Бернерс-Ли создал сайт для проекта Всемирной паутины (WorldWideWeb), который стал первым сайтом в интернете.

В 1994 г. Бернерс-Ли основал Консорциум Всемирной паутины в Массачусетском технологическом институте, цель которого – разработка и внедрение стандартов для интернета, таких как HTTP и HTML.

Будущее интернета Бернерс-Ли видит как семантическую паутину, что предполагает создание определенной надстройки, которая позволяет компьютерам считывать информацию с объектов (см.: **Веб**). С точки зрения Бернерса-Ли, семантическая паутина позволит обращаться к любым данным и структурировать информацию независимо от языка программирования и технической платформы устройства.

А. Широканова

**Богатства медиа теория (media richness theory, багация тэория медыя)** гласит, что эффективность дистанционной коммуникации прямо пропорциональна пропускной способности медиа. Б.м.т. является, возможно, наиболее влиятельной среди теорий новых медиа. Особенностью данной т. является то, что основные понятия были разработаны до распространения интернета и впоследствии были ретроспективно переложены на формы коммуникации с помощью новых медиа.

Истоком б.м.т... выступила *теория социального присутствия*. Учитывая параметры социального присутствия и богатства медиа, тот или иной канал коммуникации может расцениваться как подходящий или неподходящий для определенного вида деятельности. Основателями б.м.т. выступили Роберт Х. Лингл и Ричард Л. Дафт

(США), в 1980-х гг. предложившие понятие «информационное богатство», а затем – «богатства медиа» для анализа процесса обработки информации в организациях. Целью эффективной коммуникации, согласно б.м.т., является одновременно снижение многозначности и снижение неопределенности коммуникации.

Под «богатством информации» понимается потенциальная способность данных переносить информацию. По Дафту и Линглу, медиа можно определить как «богатые» согласно четырем критериям: 1) доступность мгновенной обратной связи; 2) способность медиа передать множество таких сигналов, как язык тела, тон голоса, интонация; 3) использование естественных языков; 4) персонализация медиа. «Богатые» каналы коммуникации характеризуются мгновенной обратной связью, множеством каналов передачи информации, разнообразием и многозначностью используемого языка, возможностью передачи эмоций.

Согласно б.м.т., рациональное использование различных медиа должно соответствовать сложности и неопределенности решаемой задачи. При несоответствии выбранного медиума целям коммуникации наблюдается явление «усложненности» (высокая многозначность, избыток побочной информации) или «упрощенности» (безличность, отсутствие обратной связи).

Среди форм организационного общения шкала бедности-богатства медиа (в порядке возрастания) выглядит следующим образом: бюллетень – объявление – доклад – меморандум – записка – письмо – электронная почта – телефон – личная встреча. С учетом развития компьютерно-опосредованной коммуникации, сегодня на шкале «богатства» медиа располагаются от «бедных» к «богатым» (по способности обрабатывать неоднозначную информацию) в следую-

щем порядке: бумажное письмо – электронная почта – телефакс – группы рассылки – голосовая почта – телефон / телеконференция – видеокommunikация – встреча лицом к лицу, диалог.

Во всех случаях наиболее богатыми возможностями разрешения неоднозначности ситуации являются личные встречи. Однако «бедные» медиа достаточны для решения рутинных задач высокой определенности, сенситивных вопросов, требующих анонимности, а также при работе в коллективе, участники которого удалялись друг от друга (в сочетании с «богатыми» медиа). «Бедность» коммуникации в компьютерно-опосредованной среде при невозможности личной коммуникации может частично компенсироваться такими средствами, как частый обмен сообщениями, специальный язык коммуникации использование телеконференций и др., которые служат для ускорения обратной связи, передачи интонации, персонализации сообщения и т. д.

Критики б.м.т. настаивают, что, несмотря на интуитивное признание взаимозависимости пропускной способности медиа и эффективности коммуникации, данная теория никогда не была полностью подтверждена на практике. В качестве расширения б.м.т. Алан Дэвис и Джозеф Валасич выдвинули *теорию синхронности медиа*, согласно которой решающее значение имеет не пропускная способность, а синхронность медиа, т. е. возможность одновременной работы индивидов над общей задачей.

## Литература

Daft R.L. Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organization Design / R.L. Daft, R.H. Lengel // Research in Organizational Behavior / Ed. by B. Staw, L.L. Cummings. Greenwich, Conn.: JAI Press, 1984. P. 191–233.

Daft R.L. Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design / R.L. Daft, R.H. Lengel // Management Science. 1986. Vol. 32. № 5. P. 554–571.

Configurations of Relationships in Different Media: FtF, Email, Instant Messenger, Mobile Phone, and SMS / H. Kim [et al.] // Journal of Computer-Mediated Communication. 2007. Vol. 12. № 4. URL: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/kim.html> (date of access: 05.09.2014).

Heeren E. Selecting communication media for distributed communities / E. Heeren, R. Lewis // Journal of Computer Assisted Learning. 1997. Vol. 13. № 2. P. 85–98.

Min S.-J. Online vs. Face-to-Face Deliberation: Effects on Civic Engagement // JCMC. 2007. Vol. 12. № 4. URL: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/min.html> (date of access: 05.09.2014).

Suh K.S. Impact of communication medium on task performance and satisfaction: an examination of media-richness theory // Information & Management. 1999. Vol. 35. № 5. P. 295–312.

А. Широканова

**Бодри Жан-Луи (Baudry Jean Louis, Бадры Жан-Луи)** (р. 1930) – известный французский философ, представитель психоаналитического подхода в кинотеории XX века. Основные работы: «Идеологические эффекты, производимые базисным кинематографическим аппаратом» (1970), «Аппарат: метапсихологические исследования иллюзии реальности в кино» (1986) и др. Бодри начинал свою академическую карьеру с критики традиционных представлений о кино как «идеальной» смысловой конструкции, акцентируя внимание на материальных средствах производства кинопродукции – на том, что он называл «базисным кинематографическим аппаратом». Недостаток внимания к технологическим основам кинопроизводства и особенностям демонстрации кинофильмов, задающим основу не только для восприятия кино, но и его понимания, выразился также в категориальной и концептуальной «недостаточности» теоретического анализа кино как культурно-исторического и социально-психологического явления. Бодри предлагает два ключевых понятия – «аппарат» (l'appareil) и «диспозитив» (le dispositif), которые, по мнению философа, воплощают в



себе специфику кино и являются важнейшими для создания актуальной кинотеории и шире – теории медиа. «Аппарат» включает в себя совокупность аппаратуры и операций, необходимых для производства фильма: сам фильм как продукт работы режиссера, оператора, осветителей, монтажера (сценарий, визуальная репрезентация реальности, кинематографические приемы, средства выразительности и т. д.), а также техническую организацию и инструментарий – пленку, камеру, звук, свет и др. «Диспозитив» выстраивается в рамках «аппарата» как базис кино, выражая идеи главных создателей фильма (сценариста, режиссера и оператора) и осуществляя их сложную взаимосвязь в работе съемочной группы. Далее Бодри акцентирует внимание на второй составляющей кинопроизводства – кинопросмотре, когда кинематографический диспозитив оформляется как 1) процесс кинопросмотра, где следует учитывать темноту кинозала и неподвижность аудитории; 2) восприятие фильма, когда при просмотре у зрителя активизируются сознательные и бессознательные психические процессы. Вслед за Ж. Лаканом Бодри выделяет два уровня идентификации, где первый связан с киноизображением и концентрируется на главном персонаже, играющем роль центра вторичных идентификаций. Второй уровень обеспечивает реализацию первого, выполняя функцию трансцендентального субъекта, чье место занимает кинокамера, позволяющая осуществить визуальную репрезентацию самых разных объектов в качестве иллюзии реальности. Именно на втором уровне осуществляется принуждение субъекта к определенной точке зрения и соответствующей позиции, которая навязывается зрителю в процессе кинопросмотра, но не осознается им. Тем самым Бодри представляет кино как особый механизм замещения, который предназначен для достижения определенного психического эффекта, позволяющего утвердиться господствующей идеологии.

## Литература

*Baudry J.-L.* Ideological Effects of the Basic Cinematographic Apparatus // *Film Quarterly*. 1974. Vol. 28 (2). P. 39–47.

*Baudry J.-L.* Le dispositif: approches metapsychologiques de l'impression de realite // *Communications*. 1975. № 23. P. 56–72.

*Baudry J.-L.* L'Effet cinéma. Paris: Albatros, 1978.

*Baudry J.-L.* The Apparatus: Metapsychological Approaches to the Impression of Reality in the Cinema // *Narrative, Apparatus, Ideology. A Film Theory Reader*. New-York, Columbia University Press, 1986. P. 299–318.

А. Сарна

**Бодрийяр Жан** (Baudrillard), Бадрийяр Жан (1929–2007) – выдающийся французский философ и социолог, один из ведущих представителей постструктурализма и постмодернизма, сумевший поставить диагноз состоянию западного общества и культуры в ситуации «постсовременности». Основные работы: «Система вещей» (1968), «Зеркало производства» (1973), «Символический обмен и смерть» (1976), «Симулякры и симуляция» (1981), «Прозрачность зла» (1990) и др. Бодрийяр начинал с переосмысления марксизма под влиянием лингвистики Ф. де Соссюра и психоанализа Ж. Лакана, но в дальнейшем от критики политэкономии перешел к собственной теории знака. Такой подход рассчитан на анализ не товарной формы стоимости, но ее знаковой природы, что позволяет выделить несколько вариантов логики развития социальных процессов. Бодрийяр выделяет функциональную логику потребительской стоимости, основанную на принципе полезности, экономическую логику меновой стоимости, основанную на принципе эквивалентности, дифференциальную логику знаковой стоимости, работающей по принципу различия, а также логику символического обмена, объединяющую все предыдущие на основе принципа амбивалентности, где происходит «обратимость» объекта, который становится товаром и превращается в знак. В современных брендах товар и знак

отождествляются и подменяют друг друга, причем знаки отрываются от объектов и наделяются произвольным смыслом, что приводит к разделению материального и символического производства. Такой механизм сигнификации способствует установлению тотального экономического, политического и идеологического контроля, цель которого – вытеснение хаоса, смерти и энтропии за пределы социальной системы для придания ей стабильности и единства. Испытывая перенапряжение при выполнении такой сверхзадачи, система сознательно упрощает свою цель до «симуляции вечности» за счет отказа от реальности и замыкания на самой себе. Исторически этот процесс Бодрийяр описывает в виде последовательной смены трех эпох в развитии западной цивилизации: 1) «подделка социальности» в доиндустриальный период от Ренессанса до промышленной революции; 2) «производство социальности» в период развития капитализма; 3) «симуляция социальности» в эпоху постиндустриализма. В результате непрерывной эксплуатации символического кода как инструмента социального контроля к концу XX века знаки окончательно отрываются от своих референтов и получают полную автономию, замыкаясь на самих себе. Они превращаются в «симулякры» («копии копий», по Платону), которые воспроизводят и транслируют образы без соотношения с внеположенной им реальностью. Бодрийяр показывает этот процесс как переход от возможности знака отражать реальность к ее маскировке, подмене ее отсутствия и окончательной утрате соотношения с ней. Современная эпоха представлена Бодрийяр как период промышленного производства симулякров, бесконечно копирующих и тиражирующих самих себя в обращении лишь к собственной реальности. Вся иная реальность, в том числе историческая, оказывается присвоена масс-медиа и характеризуется «сверхтекучестью», «сверхпроводимостью» и перенасыщенностью мнимыми событиями. Бодрийяр подвергает радикальной критике институт СМИ с его монополией на производство смыслов и требует отказа от самой операциональной формы массмедиа, их функциональной и технической структуры, неразрывно связанной с системой социального контроля и власти. Казалось бы, НМ могут стать альтернативой процессам односторонней коммуникации и подвергнуть деструкции систему медиа, обеспечивающую дезорганизацию и «молчание масс» – но тогда пришлось бы отказаться от самого понятия «медиум». Однако НМ не способны на это, поскольку воспроизводят и даже усиливают логику имплюзии социальной системы, поддерживая «вирулентность» коммуникационной среды и «гиперреальность» тотальной симуляции, где во всеобщем информационном шуме окончательно стираются различия между подлинным и мнимым, оригиналом и копией, истиной и ложью.

## Литература

- Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000.
- Бодрийяр Ж.* Симулякры и симуляции // *Философия эпохи постмодерна*. Минск: Краксико-принт, 1996. С. 32–47.
- Бодрийяр Ж.* Злой демон образов // *Искусство кино*. 1992. № 10. С. 64–70.
- Бодрийяр Ж.* Реквием по массмедиа // *Поэтика и политика*. М.: Институт экспериментальной социологии, СПб.: Алетейя, 1999. – С. 193–226.
- Бодрийяр Ж.* Войны в заливе не было // *Художественный журнал*. 1994. № 3. С. 33–35.
- Дьяков А.В.* Жан Бодрийяр: стратегии «радикального мышления». СПб.: Изд-во Санкт-Петербург. ун-та, 2008.

А. Сарна

**Болц Норберт (Bolz Norbert, Болц Норберт)** (р. 1953) – известный немецкий философ, медиатеоретик и исследователь коммуникаций. Профессор Технического университета Берлина. Считается одним из создателей современной теории новых медиа. Основные работы: «Конформисты инаковости: конец критики» (1999), «Потребительский манифест» (2002), «Азбука медиа» (2007) и др. Пытаясь выявить особенности организации и институализации

современной системы медиа, влияющих на общественное мнение, Болц обращается к самым разнообразным средствам коммуникации – от прессы, телевидения и радио до компьютера, мультимедиа и робототехники. В центре его внимания оказываются прежде всего НМ, которые рассматриваются в комплексе их теоретико-математических, военно-технических и организационно-экономических характеристик с учетом гуманитарно-психологических и морально-этических аспектов. С точки зрения периодизации истории развития медиа, Болц выделяет шесть эпох разной продолжительности: устная речь, письменность, книгопечатание, СМИ, дигитализация и «осетевление», т. е. выстраивание сетевой конфигурации компьютерных и мультимедийных систем. Именно последние два периода сейчас имеют первостепенное значение, когда происходит смещение интереса от переработки информации к коммуникации, а в рамках цифровой культуры осуществляется конвергенция медиа и выстраивание информационно-коммуникационных сетей, обеспечивающих появление и рост на глобальном уровне сетей социальных. По мнению Болц, сети можно понимать как системы конкуренции, где ключевые «узлы» коммуникаций борются за гиперссылки («линки»): чем больше ссылок дается на тот или иной «узел», тем он жизнеспособнее и активнее. Для интернет-экономики и цифровой культуры важна в первую очередь ценность сетевых связей, которая определяется как «социальная прибавочная стоимость», когда предпочтения потребителей складываются в соединения, из которых формируются социальные сети. Основным принципом функционирования такой системы становится возможность установления как можно большего числа соединений и связей в масштабе каждой отдельной сети, а также установление контактов с другими сетями для последующего формирования гиперсетей. В таких условиях любой проект или продукт становится производным (выражением) количества связей, в которые он вовлек пользователей, поскольку соединение важнее того, что соединяется. В виртуальных сообществах «разрыв» (brinding) и «склеивание» (bonding) действуют одновременно, охватывая весь спектр этих сообществ в сферах производства, потребления и социальной помощи. Для любого из них характерна изменчивая динамика отношений близости и взаимодействия, при которой возрастает как объем эксклюзии (исключения), так и объем инклюзии (включения). Именно НМ усиливают взаимодействие между партнерами «ближнего» и «дальнего» круга, передавая импульс вовлеченности в происходящее по цепочке социальных связей. В итоге, как считает Болц, это приводит к конвергенции на локальном уровне, но одновременно и к поляризации в глобальном масштабе.

## Литература

- Болц Н.* Азбука медиа. М.: Издательство «Европа», 2011.  
*Bolz N.* Weltkommunication. Munchen: Fink, 2001.  
*Bolz N.* Die Konformisten des Andersseins: Ende der Kritik. Munchen: Fink, 1999.  
*Bolz N.* Das Konsumistische Manifest. Munchen: Fink, 2002.  
*Bolz N.* Ratten im Labyrinth: Niklas Luhmann und die Grenzen der Aufklärung. Paderborn: Fink, 2012.

А. Сарна

**Большие данные (big data, вялікія дадзеныя)** – концепция (у некоторых авторов – парадигма) науки о данных, предложенная в 2008 г. Клиффордом Линчем (Clifford Lynch), редактором специального выпуска «Как могут повлиять на будущее науки технологии, открывающие возможности работы с большими объемами данных?» журнала Nature. Данная концепция предполагает одновременное использование данных не только большого объема, но также разного формата, происходящих из многих источников, которые могут находиться на удалении друг от друга. Например, «большие данные» университета могут включать административные базы данных о преподавателях; странички преподавателей на сайте университета с

учебными материалами и ссылками на архивы журналов, где опубликованы их статьи, информацию о распределении нагрузки между преподавателями; странички в системах электронного обучения, информацию о проверке преподавателями студенческих работ в системе «Антиплагиат»; оценки, поставленные преподавателями студентам; оценки и отзывы студентов о работе преподавателей на сайте Professorrating, а также на неофициальных студенческих сайтах и в социальных сетях, и многое другое. Некоторые из этих данных недостаточно структурированы и часто обновляются, к некоторым университет может не иметь прямого доступа. Поэтому наиболее сложным и длительным обычно становится этап подготовки данных к анализу (data processing). Сведение такого количества разнородных данных в единую базу представляется не только невозможным, но и нецелесообразным, поэтому интернет становится средой (медиумом), в которой происходит сбор, подготовка и анализ данных.

Таким образом, «большие данные» – это метафора, которая относится не только и не столько к объему данных, сколько к доступности и сложности их структуры. Иногда для больших данных определения используют критерий четырех V: объем (volume), разнообразие (variety), скорость (velocity) и ценность (value). Появившись в качестве концепции науки о данных, большие данные также являются междотраслевой областью практической деятельности. Дрю Конвей (Drew Conway) выделил три области компетенций, необходимых «ученому по данным» (data scientist): знание математики и статистики, наличие опыта в предметной области, а также хакерские навыки. Он также подчеркнул, что на пересечении предметной области и хакерских навыков существует «зона опасности», из чего, в частности, следует, что данные могут использоваться несанкционированно, о чем прямо говорить не принято (см. также: **исследования интернета**).



*Диаграмма Венна для науки о данных предложена Дрю Конвейем, 2010*

Научная проблема больших данных появилась относительно недавно, с одной стороны, в результате быстрого роста объемов цифровой информации после 2000 г., с другой стороны, по мере достижения информационными технологиями такого уровня развития, который позволяет обрабатывать с высокой скоростью большие объемы данных разного формата, размещенных на множестве ресурсов, в том числе по мере обновления в режиме реального времени.

Анализ больших данных нередко рассматривают как новое направление бизнес-аналитики. К нему обычно прибегают крупные корпорации, имеющие базы разнообразных данных на многих серверах и разного формата, с целью повышения эффективности своей работы. Однако известны и случаи эффективного использования больших данных государственными институтами, например в целях безопасности.

Многие корпорации в целях безопасности разрабатывают для работы с большими данными собственное программное обеспечение. Могут использоваться также специализированные программные комплексы (Hadoop, Oracle Exadata, Teradata) и статистические программы общего назначения (R, SAS Visual Analytics, IBM SPSS) и др.

### **Литература**

*Найдич А.* Большие данные – насколько они большие? URL: <http://compress.ru/article.aspx?id=23469> (дата обращения: 01.03.2015)

*Сакоян А.* Большие данные. URL: [http://polit.ru/article/2013/12/09/ps\\_bigdata/](http://polit.ru/article/2013/12/09/ps_bigdata/) (дата обращения: 01.03.2015).

*Черняк Л.* Большие данные – новая теория и практика. URL: <http://www.osp.ru/os/2011/10/13010990/> (дата обращения: 01.03.2015)

*Conway D.*

## **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.