

Социокультурный механизм массовой коммуникации

Савостина Наталья Юрьевна

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: nsavostina@yahoo.com

Введение

Реалии информационного общества демонстрируют новое качество развития социальной системы. Существенным фактором, определяющим все процессы в обществе, становится всевозрастающая роль средств массовой информации и коммуникации. Они включены в динамику всех процессов трансформации экономики, политики, социальной и культурной жизни, также претерпевают соответствующие системе процессы социальной эволюции. Более того, представляя собой сложно организованную систему, сами средства массовой информации функционируют по общим и специфическим, присущим только им законам.

Развитие информационных и сетевых технологий в XX в. коренным образом преобразило систему массовых коммуникаций и способов накопления, передачи знаний о мире. На смену печатному тексту - основному в прежние века способу фиксации представлений о мире - пришли формы аудиовизуальной и гипертекстовой, компьютерной системы коммуникации. Человечество вступило в эпоху господства коммуникативных средств, вводящих его в органичный для восприятия реальности баланс чувств и эмоций. В процессе текстообразования и смыслообразования всё большую роль начинают играть паралингвистические средства. По мере развития информационных технологий происходит всё более осязаемая диверсификация форм отражения реальности, усложняется характер коррелирования содержательных и формальных структур воспроизводимых образов и схем. Вступление развитых стран мира в эпоху глобальной информационной революции, становление индустрии масс-медиа, основанной на применении новых информационных технологий в массовой коммуникации, приводит к накоплению специфического продукта их внедрения - глобальной картины мира, свободно конвертируемой потребителями массовой информации.

Образ реальности, создаваемый системой средств массовой информации в эпоху господства информационных технологий, представляет собой особый тип реальности: виртуальной социокультурной. Будучи в форме картины мира, она играет ключевую роль в самоопределении современного человечества. Роль социокультурной реальности, создаваемой журналистикой, настолько велика, что понимание механизма её образования и функционирования может быть отнесено к формированию стратегии выживания человечества в информационном веке. Все вышеперечисленное обуславливает актуальность и практическую значимость исследования.

Методы

Методологической базой исследования послужили теории эволюции и коэволюции социальных и природных систем, идеи синергетики и нелинейных динамик, выраженные в концепциях В.В. Вернадского, Н.Н. Моисеева, И. Пригожина, И. Стенгерс, Дж. Николаса; теория информации (К.Э. Шеннон, Р.А. Фишер, Н. Винер, Л. Бриллюэн); теория пропаганды (Х.Э. Крис, Н. Лейтес); теория информационного общества (А. Тоффлер, М. Маклюэн, В.В. Ахлибинский, Н.Н.Моисеев, В.В. Вержбицкий); теория массовой коммуникации (У. Шрамм, Г. Иннис, Н. Луман).

Основываясь на отечественной теории средств массовой информации (Я.Н. Засурский, Е.П. Прохоров, М.В. Шкондин, Е.И. Пронин, Л.М. Землянова, И.М. Дзялошинский, Л.Г. Свитич), нами был проведен системный анализ, ориентированный на

комплексное изучение процессов регулирования массовых информационных потоков в каналах массовой коммуникации, также был использован метод контент-анализа.

Эмпирической базой исследования стали результаты практической деятельности современных (конец XX - начало XXI вв.) российских средств массовой информации: публикации в центральных периодических изданиях, программы центральных каналов телевидения. Кроме того, в работе использовались результаты исследования и практической деятельности самого автора.

Результаты

Проведенный анализ позволил определить важнейшую роль одного из медиаэффектов - социокультурной реальности, создаваемой журналистикой в форме картины мира; раскрыл механизм ее функционирования и процесс формирования медиасобытий; показал условия и факторы эффективности реализации социально-креативной функции журналистской картины мира; дал оценку огромному воздействию индустрии масс-медиа на современное общество, полностью реализовав цель исследования, т.е. социально-философское объяснение специфики образования и функционирования особого типа социокультурной реальности, создаваемой массовыми информационными потоками.

Результаты исследования показали, что социокультурный механизм массовой коммуникации в условиях информационного общества России действует как многоструктурная организуемая система, релевантная каждому и направленная на передачу того или иного представления через медиасобытие. Факт реальной действительности или факт, привнесенный журналистом, становится базисным понятием в творческом процессе воссоздания картины мира. Именно такой характер трансформации социальной реальности приводит к тому, что реальное событие, в которое «погружается» журналист, становится медиасобытием и находит отражения в поле информационного общества.

Литература

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. - М., 1995.
2. Засурский Я.Н. Система средств массовой информации России. - М.: Аспект Пресс, 2003.
3. Шкондин М. В. Организация средств массовой информации и пропаганды. М., 1985.
4. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М.: РИП-холдинг, 2003.
5. Тоффлер Э. Третья волна/Науч. ред. П.С. Гуревич. М., 1999.
6. Шрамм У., Сиберт Ф., Питерсон Т. Четыре теории прессы. - М., 1998.
7. Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития//21 век: информация и общество/Под ред. Я.Н. Засурского. М., 1999.
8. Моисеев Н. Н. Современный рационализм. М., 1995.