Секция «Социология коммуникативных систем»

Медиаэкология современного городского пространства

Научный руководитель – Чудновская Ирина Николаевна

Долгих Ядвига Андреевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

E-mail: yidviga@mail.ru

Конец 60-х - начало 70-х гг. прошлого столетия знаменуется становлением нового этапа социально-экономического развития общества, ростом и развитием производства и технологий. Формирование информационного общества стало спусковым механизмом для трансформации жизненных ценностей и смыслов, изменения характера труда, системы производства. Этот процесс был стимулирован началом телекоммуникационной революции и процессом компьютеризации: развитие технологий дало толчок к появлению новых товаров и услуг, в том числе в области технологий. Данный этап развития общества также связан с появлением феноменов «глобализации», «сетевого общества», «информационное общество» и т.д. Изменения происходят во всех сферах жизнедеятельности общества: экономической, культурной, политической и др. Возникают новые модели потребления, жизненные ориентации, нормативно-ролевой комплекс в целом, формируются новые системы ценностей, идеология и т.д., следовательно, меняется базовый смысл социальных институтов.

В городском пространстве человек все больше приобщается к городской жизни, в частности, к мегаполису, что требует дополнительных механизмов адаптации индивида. Одним из таких механизмов является медиа как результат развития технологий. К традиционным, в настоящий момент, средствам массовой информации можно отнести печать, телевидение, радио и т.п. Они выполняют основные для медиатехнологий фикции: информирования, общественного контроля и социализации. С развитием городского пространства также совершенствуются медиатехнологии, появляются новые медиа. Однако содержание форм новых медиа не изменилось: они выполняют функции традиционных медиа, но меняется их форма. В современных крупных городах все чаще публичные пространства становятся функциональными зонами с визуально гомогенной средой. Новые медиа способствуют виртуализировать архитектуру города, стереть его границы.

Исследование проблемы медиатехнологий охватывает длительный период, который прослеживается в истории информационных революций, нашедших отражение в работах Котенко В.П., Рахитова А.И., Юсупова Р.М., Колина К.К., Белла Д. и др. В контексте изучаемой проблематики необходим анализ структуры медиареальности: медиа-картины мира (Рогозина И.В.), медиапространство (Юдина Е.Н.), медиакультура (Кириллова Н.Б., Шлыкова О.В.), медиаобразование (Федоров А.В.), медиаэкономика, медиаполитика, медиакоммуникации (Х. Иннис, М. Маклюэн, Е. Хэвлок, Д. Гуди, И. Ватт, Н. Луман, М. Хайм). Концептуальное осмысление медиа разрабатывали Ж.-Ф. Лиотар, Т. Кунтцел, Ж. Деррида, З. Кракауэр, В. Беньямин, Ж. Делез, М. Фуко, Ж. Бодрийяр. Изучение городского пространства занимались как классики социологии (М. Вебер, В. Зомбарт, Э. Дюркгейм и др., исследуют город через определения детерминант их образования), так и представители географической школы (В.П. Андросова, К.И. Арсеньева, Н.А. Рожкова и др.).

В рамках данного исследования был задействован комплекс методов, однако основу методологии составили, в первую очередь, качественные методы социологии. Для реализации поставленных задач был использован метод контент-анализа, то есть метод изучения

текстовой и графической информации, фиксации и анализа определенной информации, которая поможет достичь намеченную цель. Так как данная проблематика уже имеет частичное освещение в публикациях, был востребован методом анализа вторичных данных.

***

Анализ ряда вопросов показал, что современные медиа - важные посредники в формировании городской среды, а также в создании и развитии культуры общества в целом. Образ городского пространства во многом зависит от направления деятельности медиа систем. Масштаб, динамика и разнообразие городских медиа непосредственно связаны с интенсивностью и частотой социальны коммуникаций. Как следствие, происходит становление социально-коммуникативного пространства современной городской среды.

Источники и литература

1) Григоричев К.В. В тени большого города: социальное пространство пригорода. / Григоричев К.В // Иркутск: Оттиск. – 2013. – 248 с.

2) Кашкабаш Т.В. Интерпретация городского пространства в современных условиях / Кашкабаш Т.В. // Современные исследования социальных проблем. – 2012. – N10. – С.18.

3) Коркия Э.Д., Мамедов А.К. Городское коммуникативное пространство (феноменология и тренды) / Коркия Э.Д., Мамедов А.К. // Международный Академический Вестник. – N.3. – с.30-38

4) Лефевр А. Производство пространства / Лефевр А. // Пер. с фр. – М.: Strelka Press, 2015. – 432 с.

5) Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека = Understanding Media: The Extensions of Man. — М.: Кучково поле, 2007. — 464 с.

6) Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего = The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man. — 2-е изд. — М.: Академический Проект, Гаудеамус, 2013. — 496 с.