

Модуль № 3

Социологическая реконструкция звеньев и процессов массовой коммуникации

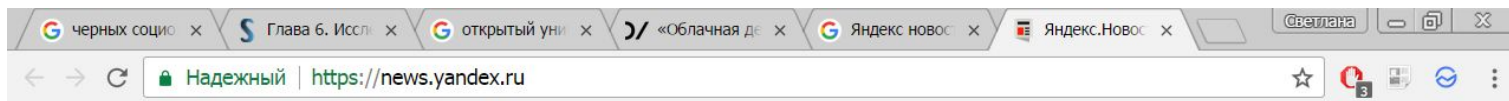
Составитель: доцент Пустовойт Ю.А.

Модуль № 3

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

Составитель: доцент Пустовойт Ю.А.

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе



Глава Кубани советует украинскому министру не дразнить казаков

Глава Краснодарского края Вениамин Кондратьев очень живо отреагировал на слова министра инфраструктуры Украины Владимира Омеляна, объявившего Кубань "захваченной украинской территорией". Он посоветовал Киеву "не дразнить казачество, которое всегда защищало Кубань как часть российской земли".

НОВОСИБИРСК

Новосибирск: почти четыре тысячи свадеб сыграли с начала года

Женщина повисла на балконе 13 этажа в Новосибирске

В Новосибирске ждут прихода «большой воды» с Алтая

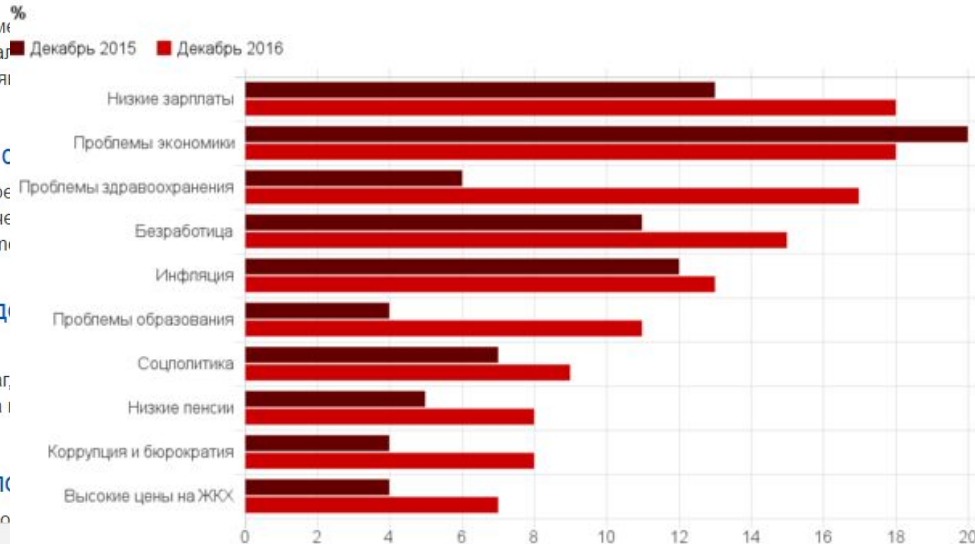
Турнир по спортивной мафии состоится в Новосибирске



СБУ: замеченный у дома Павла Шеремета сотрудник был уволен в 2014 году

Сотрудник Службы безопасности Украины (СБУ) Игорь Устим на видео с камер наблюдения в ночь перед убийством журналиста Павла Шеремета в его доме в Киеве, был уволен из спецслужбы в 2014 году, заявила Елена Гитлянская.

Доля респондентов, считающих проблему самой важной для страны, %



США обсудят запрет на пронос ноутбуков в салоны самолетов из некоторых европейских стран

Власти США рассмотрят возможность распространения запрета на пронос ноутбуков в салоны самолетов из некоторых европейских стран. Ограничение коснется американских перевозчиков, как United Airlines, Delta Air и American Airlines.



ЦРУ открыло центр для противодействия яды стороны КНДР

ЦРУ объясняет, что американские власти пошли на такой шаг, использовать ресурсы, возможности и полномочия агентства в ответ на ракетную угрозу со стороны КНДР.

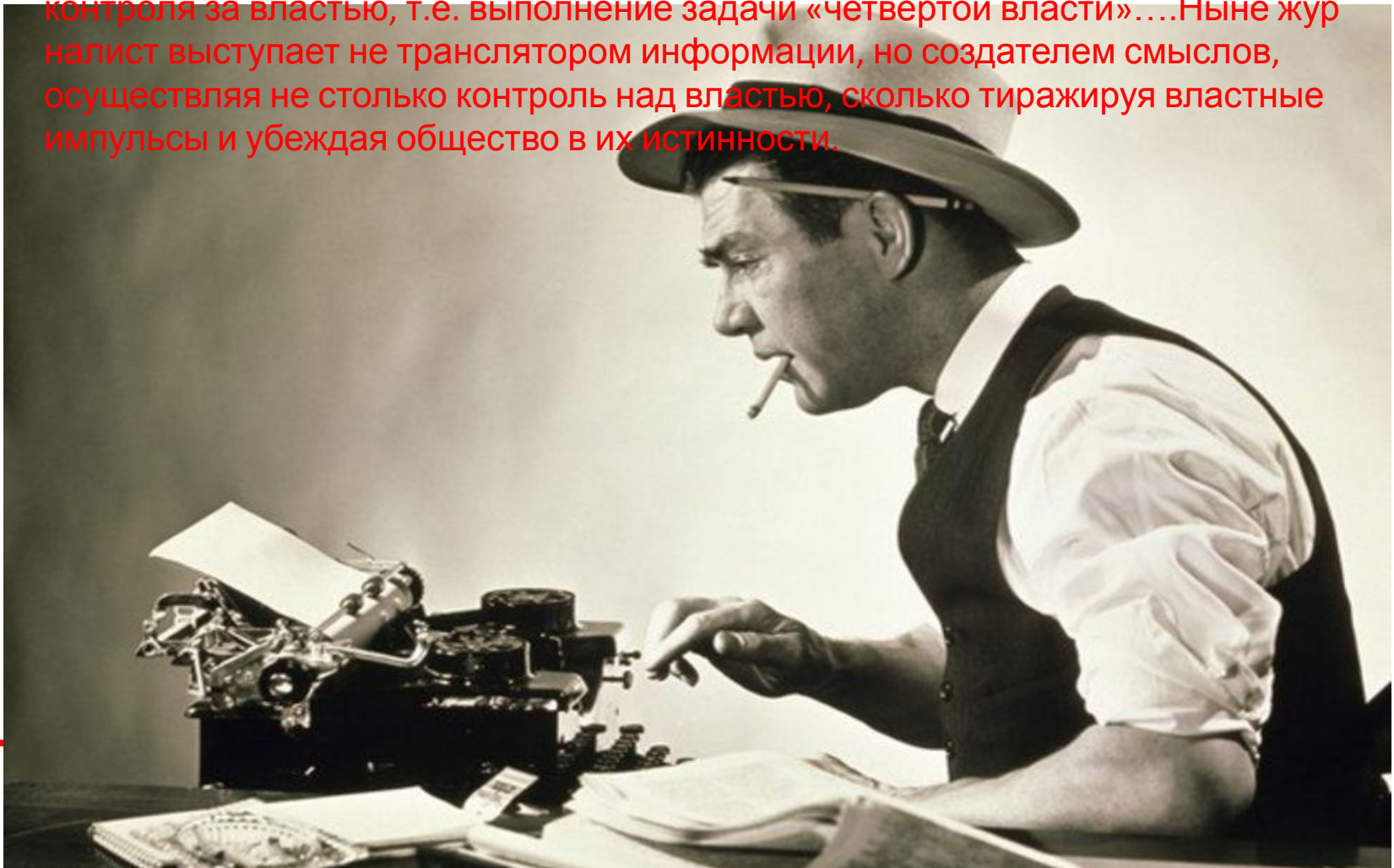


СМИ назвали возможных претендентов на пост главы Fox News

Телеканал Fox News в своем Twitter назвал имена пяти возможных претендентов на пост главы канала.

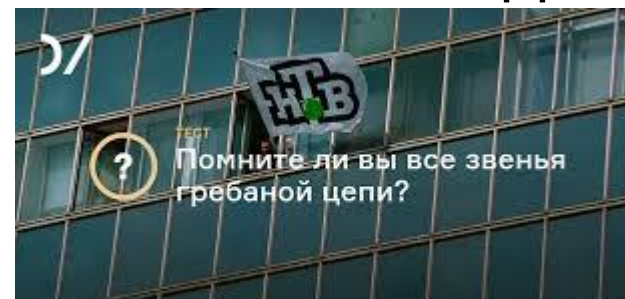
Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- Огрублено, это был процесс трансляции новостей и осуществление функций контроля за властью, т.е. выполнение задачи «четвертой власти»....Ныне журналист выступает не транслятором информации, но создателем смыслов, осуществляя не столько контроль над властью, сколько тиражируя властные импульсы и убеждая общество в их истинности.



Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- Во-первых, ужесточением законодательных норм. Во-вторых, экономическими методами, то есть контролем над рекламным рынком, над основными источниками дохода средств массовой информации и передавая более или менее насильственным или добровольным путем контроль над СМИ ассоциированным с государством владельцам или тем владельцам, чья лояльность не ставилась под сомнение.



Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

ПРОНИКНОВЕНИЕ ИНТЕРНЕТА В РАЗНЫХ НАСЕЛЁННЫХ ПУНКТАХ, %



ПО ДАННЫМ ФОМ, ОСЕНЬ 2012

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

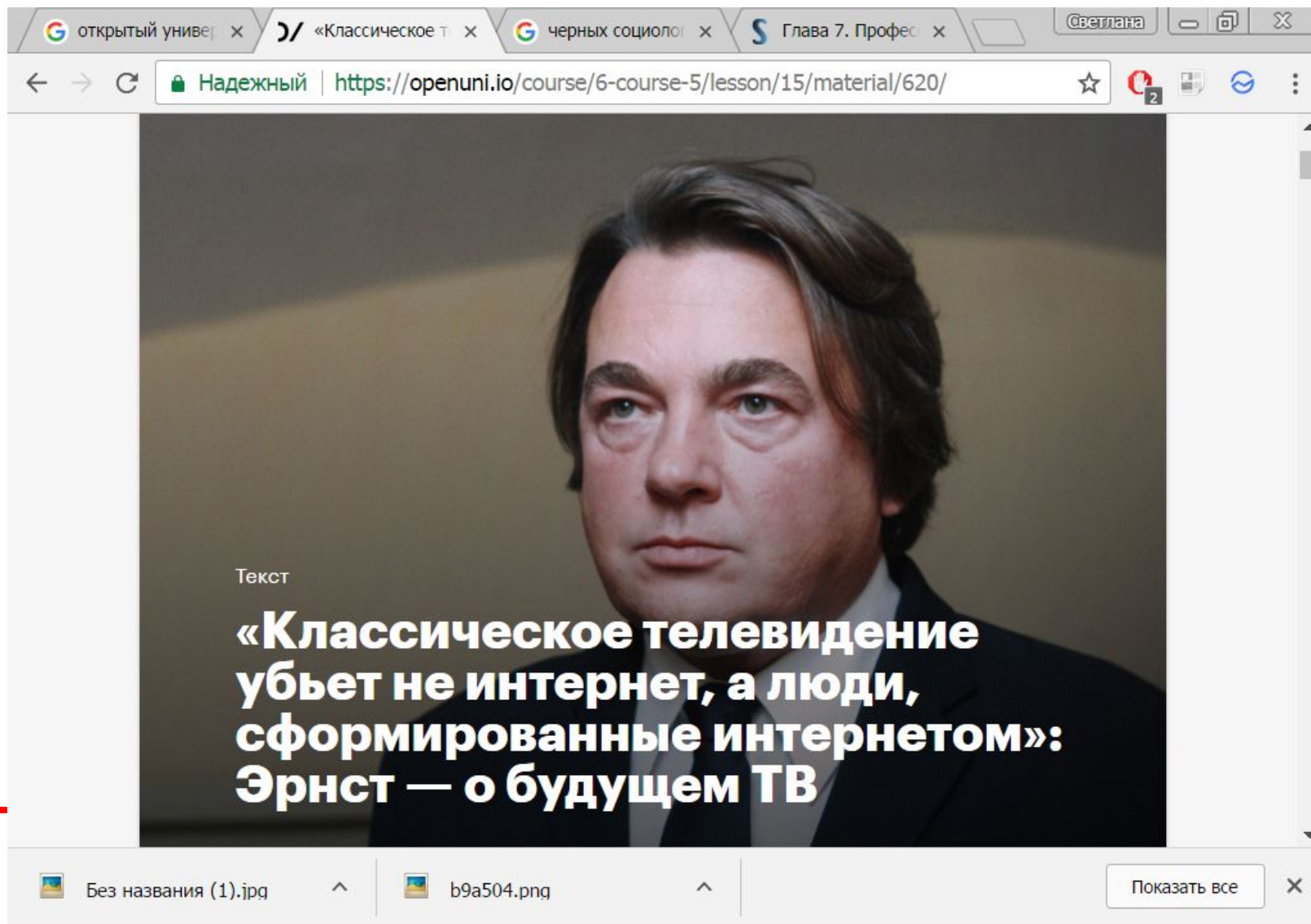
- По данным Министерства печати, на 2012 год среднее количество времени, которое российский гражданин посвящает просмотру телевизора, составляет 3 часа 58 минут — это четыре часа в сутки. Цифра кажется совершенно невероятной.
- На начало двенадцатого года средний житель России проводит в интернете около часа в день.
- по мере того, как телевизор становится все в большей и большей степени голосом государства, люди приходят к телевизионным новостям не для того, чтобы узнать правду. Они, еще раз повторю, все меньше и меньше доверяют телевизору. Из этого, кстати, не следует, что они доверяют новостям в интернете.
- Насколько можно судить по данным социологов, фокус доверия смещается, скорее, в сторону окружения в социальных сетях, то есть **люди верят своим знакомым.**



Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- Политическая – конец монополии на контент
- Экономическая – уход рекламодателя с рынка ТВ
- Социально - психологическая – распространение синдрома рассеянного внимания

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе



открытый униве: x // «Классическое т: x черных социолог: x Глава 7. Профес: x Светлана

Надежный | <https://openuni.io/course/6-course-5/lesson/15/material/620/>

Текст

«Классическое телевидение убьет не интернет, а люди, сформированные интернетом»: Эрнст — о будущем ТВ

Без названия (1).jpg b9a504.png Показать все

The image is a screenshot of a web browser window. The browser's address bar shows the URL <https://openuni.io/course/6-course-5/lesson/15/material/620/>. The main content area features a large portrait of a man with dark hair, wearing a dark suit and tie. Overlaid on the bottom left of the portrait is the text: "Текст" followed by a large, bold quote: "«Классическое телевидение убьет не интернет, а люди, сформированные интернетом»: Эрнст — о будущем ТВ". The browser's taskbar at the bottom shows several open files: "Без названия (1).jpg", "b9a504.png", and a "Показать все" button.

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- Кризис- «Вид захватывает первенство в ареале за счет одного или группы признаков. Этот признак в дальнейшем и является причиной гибели вида»
- «Все это — скорости, обилие информации, мир, казавшийся таким огромным и ставший таким маленьким,— привело человечество к гиперстрессу. (По прогнозам ВОЗ, к 2020 году психические расстройства станут вторым по распространенности заболеванием в мире.) И где-то в конце 50-х мир стал подавлять эти стрессы глобальным консюмеризмом. Девушка покупала себе платье, и сегодня вечером ей становилось легче. Мальчик покупал транзисторный приемник и с упоением слушал его до глубокой ночи. Люди увеличили объем предметов и услуг, которые снимали с них стресс »
- В силу своей структуры медиа способны точнее и оперативнее других институтов акцептировать изменения в обществе, анализируя степень внимания к отдельным своим форматам. ...Поэтому подсознательное, не артикулированное изменение интересов гораздо более важно, нежели то, что люди готовы проговаривать.

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- На протяжении последних десятилетий XX века те телеформаты, которые эффективно привлекали внимание зрителей во всем мире, такие как Wheel of Fortune («Поле чудес»), Family Feud («Сто к одному»), Name That Tune («Угадай мелодию»), стали драматично терять аудиторию. А срок жизни нового успешного формата сократился с десятилетий до сезона-двух. **То, что раньше отвечало на запросы зрителей, больше на них не отвечает.**
- **Голивуд для тинейджеров ТВ –сериалы**
- Причем главный герой-протагонист в самых успешных проектах десятилетия — это фрик. В какой бы социальной среде он ни находился. Доктор Хаус из одноименного сериала, доктор Лайтман из «Обмани меня», Хэнк Муди из «Калифорникейшн» или майор Глухарев из самого популярного российского сериала последних трех сезонов [«Глухарь»].
- **Аудитория растет но ее качество падает** Если классическим каналам не удастся удержать значительную часть этой качественной аудитории, телевидение останется в зоне внимания не очень молодых, не очень образованных и не слишком обеспеченных людей — людей с очень ограниченным кругом интересов. Как удержать внимание такой аудитории, телевидение знает. Но оно еще не знает, как сегодня работать с молодой аудиторией, которая пока является лишь меньшей частью зрителей, но в будущем станет для телевидения наиболее важной.

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

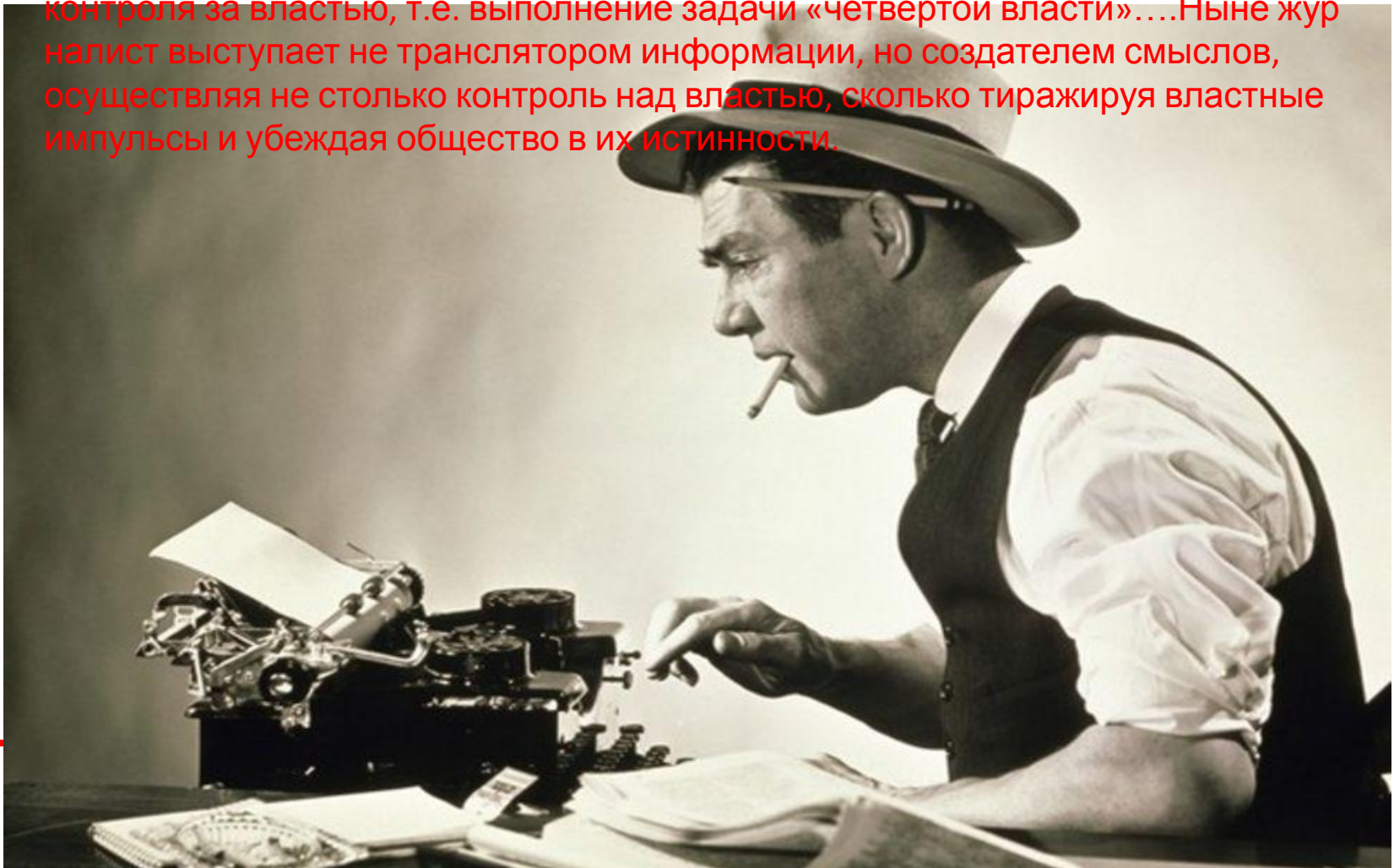
- Классическое телевидение убьет не интернет, а люди, сформированные интернетом. И разделительная черта проходит где-то до и после 1980 года. Психика людей, родившихся после 1980-го, сильно отличается от психики людей, родившихся до. Язык, который они воспринимают и который является для них адекватным, принципиально иной. Как и их представления о развлечении, информации, бюджете свободного времени. Им, еще детям, была предложена другая модель акцептирования общественной реальности. Не электронный ящик, стоящий в углу комнаты, а компьютер, стоящий на их столе,— их окно в мир. Люди, родившиеся после 1980 года, не готовы проводить весь вечер у телевизора. Не готовы подчеркивать фломастером в телегиде интересные для них программы. Многие из них не в состоянии просмотреть часовую программу до конца. Люди, сформированные информационным потоком интернета, интересуются хай-лайтом больше, чем самим событием. Их сознание готово ознакомиться с сутью предложенного продукта, и зачастую рекламный трейлер полностью удовлетворяет их интерес к просмотру. Синдром рассеянного внимания — диагноз этого поколения. Это не плохо, это факт. Ты можешь одновременно держать несколько источников информации, но в результате не можешь следить ни за одним из них по-настоящему внимательно.

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- Новое телевидение не может рассчитывать на подобную лояльность. Оно будет **вынуждено, как уличный торговец или проститутка, предлагать свои услуги — и желательно убедительно — каждому попавшемуся ему на глаза клиенту** (интернет-юзеры, заходя на YouTube, с радостью выхватили из всей видеозаписи выступления лишь слово «проститутка», подтвердив вышесказанное: новая аудитория не готова вникать ни в смысл сказанного, ни в суть увиденного. Перечтите еще раз — я не о том, о чем вы подумали).
- Ничто, кроме литературы, кино и телевидения, не способно объяснить людям время, в котором они живут, дать коды поведения в той или иной ситуации, рассказывать об окружающем мире и сохранять баланс представлений о добре и зле. Так устроена психика homo sapiens.
- Потребность молодой аудитории получать эти ролевые модели — острая. Даже острее, чем у старшей, уже обладающей этим опытом **Но мы пытаемся рассказать ей о нашем времени миф на древнегреческом языке**. Они просто не могут нас понять. Мы должны освоить и выработать тот язык, посредством которого телевидение расскажет им свои классические истории о любви, дружбе, героях и подвигах, верности и предательстве, о том, из чего, собственно, состоит человеческая жизнь. Потому что никакой интернет не меняет сути человека. Он меняет суть восприятия, меняет язык, на котором до зрителя доходит история, но суть истории всегда остается прежней. **Гаджеты приходят и уходят, человек остается. Во многом таким, каким был 10, 50 и 100 лет назад.**

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- Огрублено, это был процесс трансляции новостей и осуществление функций контроля за властью, т.е. выполнение задачи «четвертой власти»....Ныне журналист выступает не транслятором информации, но создателем смыслов, осуществляя не столько контроль над властью, сколько тиражируя властные импульсы и убеждая общество в их истинности.



Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- *длительной теоретической подготовкой, строгим этосом,*
- *крепкими ассоциациями*
- *сильной групповой идентичностью.*

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- В современном контексте журналист сообщает информацию индивидуалистичной, оживленной публике, чьи требования могут быть высказаны лично, без посредников. В результате таких особенных взаимоотношений не журналист составляет повестку дня, а публика, ждущая сенсаций. И то, что считается журналистикой, будет развиваться еще дальше, продвигаясь в области, ей не свойственные, до тех пор, пока не исчезнет».
- Джон Хартли формулирует две гипотезы:
- 1) *журналист становится редактором*, «as the one who cuts through the crap» («тем, кто продирается сквозь мусор»)
- 2) *публика, а не журналист, выстраивает повестку дня.*

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- Разрешить это теоретическое противоречие возможно, обратившись к основному средству журналистских практик — языку, а точнее, к аналитической философии языка, основы которой создал Людвиг Витгенштейн¹, развили Джон Остин² и Джон Серл³
- Суть этой концепции состоит в прагматическом понимании языкового высказывания как *действия* (мобилизующий характер языка давно известен на уровне обыденного сознания, зафиксирован в поэтическом слогане «слово — полководец человеческой мысли»), ориентированного на достижение определенных целей, а потому связанного с другими «материальными» действиями.
- Подобное *инструментальное* понимание речевой деятельности принципиально меняет ее функции, не сводимые лишь к «отражению» действительности (репрезентативный подход), видоизменяя и смысл конструкционизма как создания ее виртуального дубликата в процессе расчленения целостного мира на смысловые «кубики» с целью их дальнейшей «перетасовки».

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- Понимаемая таким образом коммуникация представляет собой деятельность по обмену осмысленными знаками (язык — частный случай знака) **для достижения определенных целей, причем отнюдь не только чисто информационных, ориентированных на понимание, но и на убеждение (в чьих-то интересах).** Участие в этом процессе обмена и является собственно коммуникативным действием.
- Таким образом мы получаем новый набор характеристик деятельности создателей информационного продукта — журналистов, расширяющих традиционные воззрения:
- высказывание в процессе коммуникации является *действием*;
- действие выполняется в соответствии с правилами;
- правила социальны и узнаваемы воспринимающей стороной;
- правила обусловлены намерениями (интенциями) журналистов, формируя коммуникативные задачи и соответствующие особенности действия (речевого акта);
- действия содержат убеждение в собственной значимости, ориентируя (получателя информации) на признание законности выдвинутых задач и выполнение поставленных целей;
- обоснованность этих целей и предлагаемые средства их достижения могут быть оспорены и даже отвергнуты принимающей стороной. (Последнее обстоятельство анализировал Юрген Хабермас в понятии коммуникативной рациональности, под которой он понимал возможность достижения согласия между участниками процесса коммуникативной деятельности, возможное только в случае принятия рациональных аргументов и исключенное в ситуации обмана или принуждения.)

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- Каким требованиям должны отвечать созданные журналистами материалы, чтобы привлечь внимание публики, т.е. способствовать продаже информационного продукта?
- В написанном еще в IV в. до н. э. трактате «Риторика» Аристотель выделяет три принципа, которым необходимо следовать, чтобы добиться внимания аудитории — **пафос, логос и этос**. Американский исследователь Б. Стоунхилл дал анализ этих оснований применительно к современному телевидению, которое должно оказывать сильное эмоциональное воздействие (пафос), содержать интеллектуальный компонент (логос), представляющий собой загадку, а также соответствовать нравам и традициям данного общества (этос).
- Реальная трудность в осуществлении этих требований журналистами на практике состоит в том, что они в своей деятельности должны поистине проскользнуть между Сциллой и Харибдой — **интересами публики и потребностями владельцев**, — не забывая при этом о **требованиях профессиональной этики профессии**. Авторы концепции публичных арен, уже известные нам С. Хилгартнер и Ч. Боек (см. гл. 6) выделяют характеристики современного медийного продукта, наличие которых является необходимым для его попадания на эти арены.

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

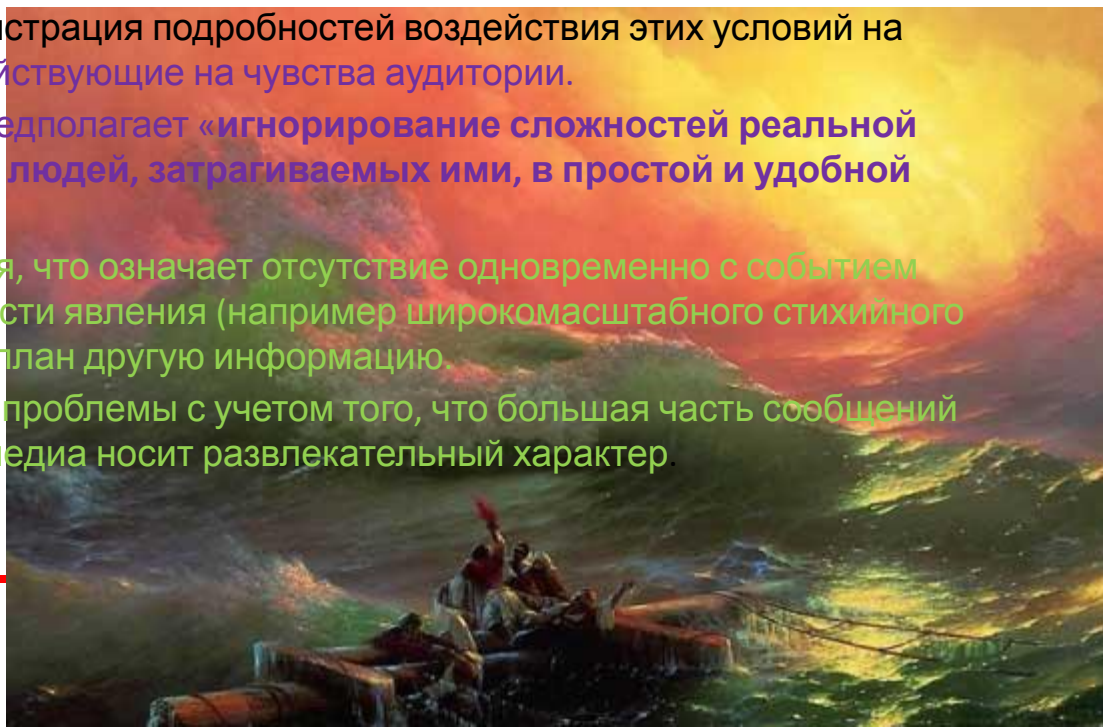
- **Драматичность.** Явления, обладающие внутренней драматичностью, имеют более высокие шансы быть представленными широкой публике. Конкуренция между феноменами за это право отражает конкуренцию между группами интересов, прибегающими к стратегии драматизации собственных интересов и дедраматизации противоположных.
- **Новизна** является необходимым и константным условием сохранения информации в повестке дня (иначе интерес к ней падает), что означает необходимость постоянного ее обновления за счет новых символов или событий.
- **Культурные предпочтения** играют значительную роль: широко распространенные, они вызывают больший интерес и, следовательно, более конкурентоспособны.
- **Политические пристрастия** владельцев СМИ или спонсоров, отраженные в информации, имеют более высокие шансы на успех. Соответственно проблематизация «неприятных» тем журналистами может блокироваться.

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- Итак, что должен содержать этот продукт, чтобы успешно конкурировать с другими? Практически исчерпывающий перечень этих требований предложила Д. Лазик на примере стратегии конструирования социальных проблем¹.
- Конструирование отличного *в рамках знакомого*. Конструирование нового, отличающегося от других, вопроса имеет важное значение, поскольку именно новое и необычное привлекает внимание аудитории, испытывающей скуку при упоминании уже привычного. При этом важно, чтобы новое не было *абсолютно* новым (непонятным): аудитория любит новизну, но страшится непонятого (вспомним теорию когнитивного диссонанса). **«Совершенно новые утверждения могут быть безуспешными, если аудитория не владеет категориями, позволяющими понять их».**
- Выделение *индивидуального компонента*. Аудитории всегда интереснее информация о личностях, особенно широко известных, чем о социальных причинах явления.
- Упор на *широкую распространенность*. В деятельности СМИ действует закон больших чисел: **«чем больше число жертв, порождаемых тем или иным условием, тем вероятнее, что аудитория будет оценивать данное условие как социальную проблему».** Подчеркивание масштаба и числа затронутых этим условием (все налогоплательщики, все граждане, все родители) важно потому, что формирует представление у аудитории о близости проблемы и потенциальной затронутое ею.

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- Представление в качестве *жертв лиц, принадлежащих к среднему классу*, т.е. обладающих весомыми экономическими и социально-политическими ресурсами. Так, указание на представителей среднего класса как жертв преступности вызывает больший резонанс, чем если в этом качестве выступают представители бедных слоев или меньшинств.
- Конструирование *устрашающих последствий*. Эффективное конструирование проблемы «**вождение автомобиля в нетрезвом виде**» предполагает показ ее наиболее серьезного следствия — гибели людей в результате дорожно-транспортных происшествий.
- *Персонализация* проблемы — демонстрация подробностей воздействия этих условий на людей через личные истории, *воздействующие на чувства аудитории*.
- Конструирование *простоты*, что предполагает «**игнорирование сложностей реальной жизни и представление условий и людей, затрагиваемых ими, в простой и удобной для понимания форме**».
- Представление темы в *нужное время*, что означает отсутствие одновременно с событием некоего конкурирующего по значимости явления (например широкомасштабного стихийного бедствия), оттесняющего на задний план другую информацию.
- **Last, but not least** — конструирование проблемы с учетом того, что большая часть сообщений значительного числа средств масс-медиа носит развлекательный характер.



Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- Производство медиапродукции включает в себя определенный набор практик работы журналистов, т.е. действий, совершаемых по набору правил (регулярностей), среди которых можно выделить, по крайней мере, три основных типа коммуникативных действий: открытые и закрытые коммуникативные задачи, а также их практическое совмещение. Последнее нередко представляет проблему, по сложности сопоставимую с «квадратурой круга».
- Открытые коммуникативные задачи
- Открытые коммуникативные задачи — это нормативные представления журналистов о целях их деятельности, которые, в силу их легитимности в глазах самих журналистов, открыто демонстрируются читателю. Реклама
- **НОВОСТИ –РАССЛЕДОВАНИЕ- РАЗВЛЕЧЕНИЯ**
- Скрытые коммуникативные задачи,
- Наряду с рассмотренными выше открытыми задачами в практиках журнализма существуют и скрывающиеся, прежде всего от аудитории, задачи, которые отрицательно маркированы, поскольку расходятся с целями профессии, но которые журналисты, тем не менее, вынуждены исполнять в силу различных внешних влияний. Таких коммуникативных задач можно выделить три:
 - **(1) скрытая реклама;**
 - **(2) выполнение политического заказа**
 - **(3) выполнение обязательств перед друзьями, деловыми знакомыми**

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- Сутью его жизненной программы является не раскрытие (изобретение) идентичности, но *избегание* любой фиксации — социального места, времени, позиции. Символ такого человека — турист (бродяга), вообще отказывающийся от устойчивых обязательств и обязанностей.



Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- 3. Бауман формулирует пять негативных житейских правил, образующих своеобразную антиэтику такого человека, в основе которой лежит отсутствие рациональной стратегии действий.
- «Не планируй слишком долгих путешествий — чем короче путешествие, тем больше шансов его завершить;
- не допускай эмоциональной привязанности к людям, которых встречаешь на транзитных перекрестках — чем меньше будешь при давать им значения, тем меньше будет стоить тебе расставание;
- не допускай слишком сильной привязанности к людям, месту, делу — ты не можешь знать, как долго ты будешь считать их достойными своих обязательств перед ними;
- не смотри на свои оборотные средства как на капитал — ценность сбережений быстро падает, и перевозносимый некогда «культурный капитал» имеет свойство во мгновение ока превращаться в культурный убыток.
- А кроме того, не откладывай удовольствие, если можешь получить его прямо сейчас — ты не знаешь, каким станешь потом, доставит ли тебе удовольствие завтра то, чего хочешь сегодня»¹.

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

- Превращение информации, распространяемой новыми медиа, в основной ресурс современного общества изменило традиционные представления о **мощи государств**, когда территории со слабо развитой сетевой инфраструктурой, обладающие хорошими запасами сырья, даже энергетического, значительной территорией и человеческим потенциалом, могут оказаться в менее выгодном положении. Они неизбежно попадают в зависимость от стран и надгосударственных объединений, владеющих развитыми сетями и информационными технологиями. Возможно, мы стоим на пороге формирования новых «колониальных» зависимостей.
- Если же говорить о персональном человеческом опыте как основе индивидуальной деятельности, то и он оказывается решающим образом измененным: та свобода выбора мнений и жизненных стилей, которую представляют новые медийные средства, становится многократным усилителем неопределенности человеческой жизни. **Наблюдается процесс раздвоения личности, когда физически человек присутствует в материальном мире, а его сознание поглощается виртуальной реальностью.** К тому же отныне практически любой пользователь сетевых коммуникаций выступает в качестве источника и ее творца, для этого достаточно перейти на уровень участника-создателя, став блоггером.

Интернет и медиа-глобализация в социологической перспективе

