

Раздел 1. Теория медиа

Тема 2. Классификация медиа

Существующие теории

- В системе медиаобразования глубоко укоренился целый букет «теорий медиа», которые являются теоретическим обоснованием разнообразных моделей этого особого вида образования. В частности, это – «инъекционная теория медиа», «удовлетворения и потребления», «идеологическая», «семиотическая», «этическая», «теологическая» и т.д.
- На основе ряда подходов (*Approach*), которые именуются теориями, выстраиваются смысловые комплексы, состоящие из определений, функций и технологий. Эти подходы характеризуют взаимоотношения массмедиа с человеком.
- Данная концепция, во-первых, построена на апелляции исключительно к массовой коммуникации и не отражает, на наш взгляд, всю глубину концепта «медиа». И, во-вторых, в ней отсутствует единое теоретическое основание, позволяющее выстраивать логичную систему аргументации.
- Фундаментальная теория медиа начала формироваться тогда, когда мир заговорил о широком понимании средств коммуникации о том, что есть медиа, а что не медиа, об

Любая типология предполагает наличие некоего основания

- Это суждение о схожести и различиях отдельных исследовательских практик. Основная сложность определения основания типологии в области медиакоммуникации связана с тем, что исследователи незаметно для себя подменяют научную парадигму, используя концептуальный понятийный аппарат то в рамках одного подхода, то – другого.

Технологическая парадигма коммуникации

- Рассуждая о медиа, мы часто используем понятие «канал коммуникации», «канал связи». В нашем воображении рисуются некие трубы, по которым течет информация, представляющая собой содержание. Коммуникация в соответствии с данным подходом – это перекачка некой информации по чему-то, похожему на провода, каналы или протоки. Это отражение **технологической парадигмы коммуникации** [Шеннон 1963, Винер 1968, Маклюэн 2007].

Гуманитарная парадигма коммуникации

- В рамках *гуманитарной парадигмы* речь идет не о каналах, а о человеческих контактах, отношениях. В этом случае медиа – это контактный посредник, который отвечает за понимание, эмпатию, смыслы. В качестве такого посредника может выступать и природа, и город, и конкретный человек, и вся Вселенная. То есть отнюдь не только технические устройства. Здесь медиа играют роль средства взаимодействия всего со всеми [Савчук 1998, Жилавская 2011].

Экологическая парадигма коммуникации

- Что касается понятия «медиа» применительно к среде, то оно отражает научный аппарат **экологической парадигмы** [Дзялошинский 2012, Потятиник 2004, Степанов 2011, Терин 2014]. Медиасреда – это то, что окружает человека (окружающая среда), а также он сам, включенный в медиасреду. У среды всегда есть субъект, ее создающий, формирующий: человек, группа, сообщество и пр. Нет субъекта – нет и среды.

Ноосферная парадигма коммуникации

- Часто в качестве синонима понятия «медиасреда» употребляют понятие «медиасфера». Они действительно очень близки по своему значению. Но термин «медиасфера» входит в понятийный аппарат **ноосферной парадигмы**. [Бергсон 2006, Леруа 1915, Шарден 1965, Вернадский 2012]
- Под медиасферой понимается часть ноосферы, в которой, как книги в библиотеке, хранятся различные информационные сущности и ждут, когда появится субъект и начнет их использовать: декодировать, интерпретировать,

Вся совокупность медиа делится на несколько видовых комплексов, которые группируются по различным критериям:

- по времени возникновения;**
- по способу коммуникации;**
- по типу восприятия информации;**
- по объему аудитории;**
- по виду и характеру деятельности;**
- по тематике и формату контента.**

По времени возникновения

- прамедиа;
- письменные медиа;
- печатные медиа;
- электронные медиа;
- цифровые медиа.

Прамедиа

- Простейшими звуковыми техническими средствами, позволявшими передавать информацию на некоторое расстояние, были барабаны, гонги, свистки, рога животных и т.д.
- При этом возникала ситуация отчуждения информации от источника и передачи ее другому субъекту.
- Это праобразы современных сложнейших технологий трансляции смыслов в колоссальных объемах. Их мы обозначаем термином «**прамедиа**» (в значении *«первоначальный, наиболее древний»*).

Письменные медиа

- Наиболее ранние - записи о хозяйственной деятельности общины на деревянных или глиняных табличках с помощью предметного или пиктографического письма.
- **Изобретение алфавита** стало первой информационной революцией в истории человечества, появилась возможность накапливать, распространять и передавать знания следующим поколениям.

Печатные медиа

- Печатные медиа, такие как книга, газета, журнал, а также любая печатная продукция в виде плакатов, буклетов, листовок и проч. имеют вещательный характер и не предполагают обратной связи.
- Печатные медиа со временем из инструмента демократизации общества в целом превращаются в механизмы консервации знания, сбережения традиций, охранения устоев, фиксации национальной и религиозной идентичности.

Электронные медиа

- Новые технологические открытия в области электричества привели к появлению в обществе **электронных** видов медиа, таких как телеграф, телефон, радио, кино, телевидение, как вызов на актуальную потребность в расширении коммуникации.

Цифровые медиа

- И еще большие возможности интеграции в медиапространство появились у человечества с изобретением **цифровых** медиа, к которым мы относим сетевые издания, всевозможные средства взаимодействия в социальных сетях, многочисленные сайты, платформы, мобильные приложения для мгновенной коммуникации и т.д.

- Классификация медиа с точки зрения эволюции их развития будет неполной без их разграничения на **традиционные** и **новые** медиа.
- Несмотря на то, что термин «новые медиа» подвергается критике как весьма расплывчатый и относительный, он получил широкое распространение.
- К традиционным мы относим все средства коммуникации, которые сформировались в традиционной аналоговой культуре (книга, газета, журнал), новые медиа возникли в период всеобщей цифровизации, виртуализации, мультимедийности технологий и контента (сетевые издания, блоги, аккаунты, компьютерные игры и т.д.).

По способу коммуникации

- Медиа делятся на **вербальные и невербальные** в зависимости от использования, либо неиспользования языковых средств.
- **Вербальными** являются все медиа, содержание которых построено на устном или письменном тексте.
- К **невербальным** медиа относятся те, которые при передаче информации используют визуальные образы, акустические системы; сегодня мы можем уже говорить о тактильных и ольфакторных (обонятельных) возможностях медиа.

По типу восприятия информации

- Это **визуальные и аудиальные** медиа. Они могут создаваться на основе только одного вида информации, а также быть **конвергентными**, например, аудиовизуальные медиа – телепрограмма в цифровом формате, мобильное приложение и т.д.

- Часто по типу восприятия информации, в одном ряду с визуальными и аудиальными, выделяют еще и **текстовые медиа**.
- Однако текстовые медиа воспринимаются человеком также визуально, как и картинка, как любые другие изображения. И действия, которые производит человек в процессе декодирования медиатекста, аналогичны – перевод графических символов в смыслы.
- Чистый текст мы смотрим и потом читаем. видеоряд – смотрим и считываем

В структуре визуальных медиа выделяются текстовые и изобразительные медиа

- **Текстовые медиа** – это те, в основе которых лежит текст в форме знаков, представленных алфавитом, в частности, это разнообразные памятники письменной культуры, а также идеографическое, морфемное или логографическое письмо, где знаки обозначают понятия, отдельные морфемы или слова. К текстовым медиа относятся числа и любые цифровые ряды, образующие математический язык.
- **Изобразительные медиа** используют как средство передачи информации художественные образы, картины, иллюстрации. К изобразительным медиа относятся предметы живописи, скульптуры, архитектуры и т.д.

По объему аудитории, на которую направлены медиа

- Речь идет, во-первых, о массовых и немассовых медиа.
- В группу **массовых медиа** входят все традиционные средства массовой информации и коммуникации, такие как газета, журнал, телепрограмма, радиопередача и более современные, так называемые новые медиа – это множество интерактивных сетевых изданий. К массовым медиа относятся также фильмы, любые зрелищные события, рекламные проспекты, листовки, музыкальные альбомы и проч.

Как утверждал Н. Луман, только машинное производство какого-либо продукта как носителя коммуникации, – а не письменность как таковая – привело к обособлению системы массмедиа

- Именно посредничество техники оказывается решающим для понимания специфики сферы массовых коммуникаций, в то время как сфера медиа в целом распространяется на все области человеческой жизнедеятельности.

Немассовые медиа

- В группу **немассовых медиа** входят:
- индивидуальные,
- межличностные,
- групповые.

- К **индивидуальным медиа** относятся личные дневники, заметки на полях, рабочие записки, а также творческие произведения, предназначенные не для показа или тиражирования, а исключительно для собственного удовольствия.

- **Межличностные медиа** представлены SMS-сообщениями, традиционными письмами и электронной почтой, это телефонный разговор, поздравительная открытка, другое приватное послание в визуальной или аудиальной форме.

- **Групповые медиа** распространены в социальных сетях, это информационные продукты, которые создаются в группах, на управляемых страницах, в разнообразных тематических сообществах, а также это корпоративные издания политических партий, вузов и школ, коммерческих предприятий, организаций гражданского сектора и т.д. К групповым медиа относятся семейные газеты и видео, домовые доски объявлений, домашние спектакли и фильмы, коллекции фотографий и рисунков и т.д.

По виду и характеру деятельности

- читательские,
- игровые,
- зрительские,
- коммерческие,
- служебные,
- образовательные,
- бытовые и развлекательные,
- профессиональные и самодеятельные,
- государственные и гражданские и т.д.

По тематике передаваемого контента

- **медиа делятся на общественно-политические, культурные, экологические, патриотические, спортивные, музыкальные и т.д.**

По формату контента

- **текстовые** (статьи, планы, инструкции и другие документы, книги онлайн и офлайн);
- **графические** (фотографии, инфографика, рисунки, схемы, слайды, скриншоты);
- **аудио** (подкасты, музыка, аудиолекции, записи в скайпе, на телефоне);
- **видео** (ролики, слайдшоу, видеопрезентации, видеоуроки, видеоэкскурсии, фильмы, клипы, концерты и т.д) и
- **конвергентные или мультимедийные**, где сливаются несколько форматов медиа.