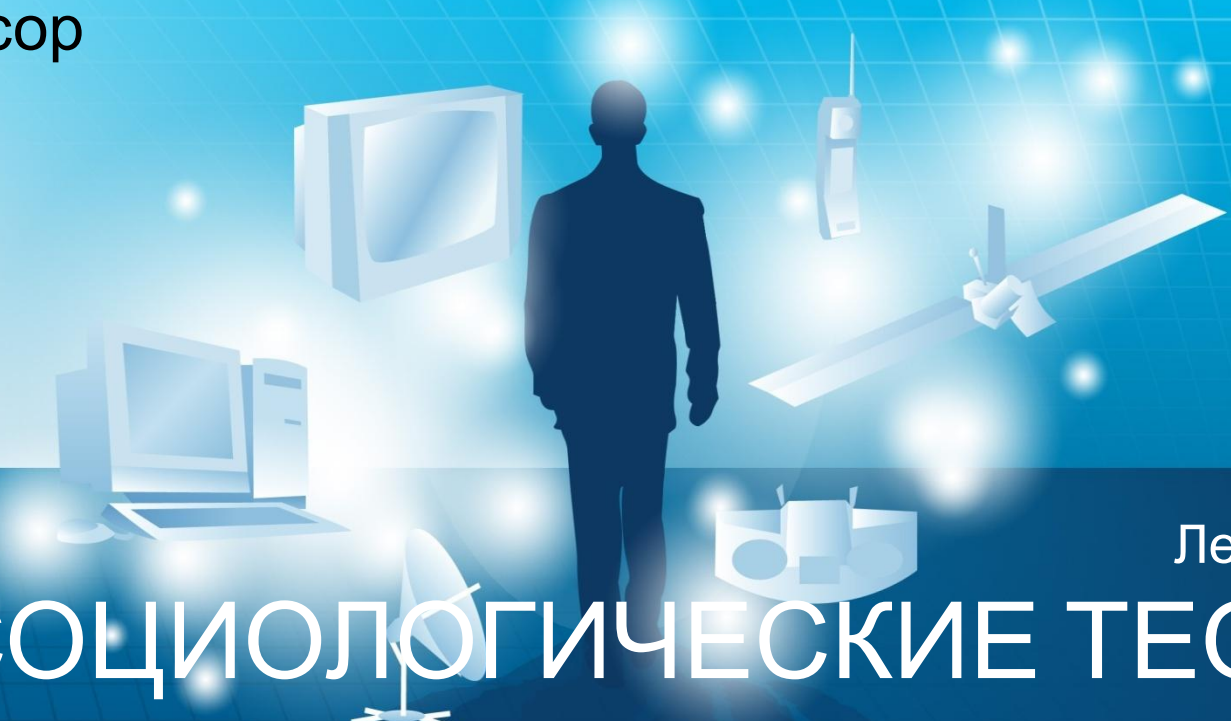


**КОЛОМИЕЦ ВИКТОР
ПЕТРОВИЧ**
профессор



Лекция №2-3

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ И МАСС- МЕДИА

Литература

- Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию исследования. М., 2004.
- Землянова Л.М Современная американская коммуникативистика. М., 1995.
- Моль А. Социодинамика культуры. М. 1973.
- Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. М., 2016
- Бурдые П. О телевидении и журналистике. М., 2002

МАСС-МЕДИА ИССЛЕДОВАНИЯ



СОДЕРЖАНИЕ ЛЕКЦИИ

1. Чикагская школа социологии
2. Структурный функционализм – доминирующая парадигма исследования масс-медиа
3. «Культурные исследования» масс-медиа
4. Масс-медиа в постмодернизме

1. Чикагская школа социологии

ЧИКАГО начало XX века



Чикагская социологическая школа

- Чикаго – половину его населения составляли эмигранты, в основном немцы, скандинавы, ирландцы, поляки, евреи, чехи, литовцы и хорваты. Актуальными становятся вопросы социальной интеграции, стабилизации, социальной и культурной адаптации эмигрантских сообществ, социального контроля в целом.
- Это способствовало ориентации на эмпирические исследования, концентрировавшихся на изучении города как «социальной лаборатории», что явилось одной из характерных черт Чикагской социологической школы.
- Другой важной особенностью стало взаимодействие с видными представителями других научных дисциплин, работавшими на факультетах Чикагского университета – философском (Дж.Г.Мид), политических наук (Х. Лассуэл, Л.Уайт), психологии (Л.Терстоун, Дж.Уотсон), экономики (Т.Веблен) и др.
- Расцвет Чикагской социологической школы в 1920-1930 годы связаны с Робертом Парком (1864-1944).
- Основные идеи заложены Чарльзом Хортоном Кули (1864-1929) впервые в 1909 году выделил коммуникацию в качестве предмета социологического изучения, представив ее как орудие превращения человеческой мысли в актуальную социальную реальность путем приобщения к «большому», то есть массовому сознанию. Заслуга Кули состоит в выделении межличностной и массовой коммуникации.

Чарльз Хортон Кули (1864-1929)

- Человеческая природа и социальный порядок. 1902
- Социальная организация. 1909
- Социальный процесс. 1918
- Социологическая теория и социальные исследования. 1930.

Чарльз Кули – социальное наследование

- Человек обладает двумя видами наследования – природным и социальным (река, дорога)
- Природное наследие – человек получает в процессе зачатия (шарманка)
- Приобретение социальной наследственности требует трудов и времени (фортепьяно)

Чарльз Кули - первичная группа

- Первичная группа – это социальное образование, которое сопровождает человека практически всю жизнь.
- Есть только один способ познания мира – через других людей.
- Первичная группа – это как бы единый комплекс сознания, в котором растворены все индивидуальные сознания ее членов, они взаимодействуют и дополняют друг друга.
- В общении с другими мы раскрываем наш внутренний опыт.
- Поскольку в первичной группе сосредоточены наиболее значимые для индивида лица, то отсюда же в его сознания попадают наиболее сильные и яркие персональные представления и именно они вызывают те чувства, которая данная группа стремится привить человеку.
- Под коммуникацией здесь понимается механизм, благодаря которому существуют и развиваются человеческие отношения – все символы сознания вместе со средствами перенесения их в пространстве и сохранения во времени.

Чарльз Кули:

«революция в коммуникации творит для нас
новый мир» (1902 г.)

- Усиление экспрессивности, то есть оперирование чувствами и представлениями, способными оказать влияние на сознание индивидов.
- Устойчивость результатов, то есть преодоление времени
- Быстрота распространений, то есть преодоление пространства
- Диффузия идей, то есть проникновение их во все слои общества

Чарльз Кули – общественное мнение

- Общественное мнение – это не просто агрегация отдельных индивидуальных суждений, это – организация совместный продукт коммуникации и взаимного влияния.
- Оно может быть столь же отличным от суммы всего того, что каждый индивид в состоянии получить в отдельности, сколь корабль, сооруженный сотней человек, отличается от сотни лодок, которые они построили как бы в одиночку.

Стереотипы в массовой коммуникации

- Массовая коммуникация в ее первоначальном понимании представителей Чикагской школы – это процесс создания стереотипов
- Уолтер Липпман в работе «Общественное мнение» (1922), понимал под стереотипом – «предвзятые мнения, которые решительно управляют всем процессом восприятия», описывая «обряды приобщения мигрантов к американскому образу жизни» – в плавильном тигле» Детройте.
- Стереотипы лежат в основе языка массовой коммуникации
- Задача массовой коммуникации – формировать стереотипы: информация, которая не требует размышлений и интерпретации, но предполагает готовые выводы.
- Херст: «Новость – это все, что заставляет читателя воскликнуть: ух ты!»

Гарольд Дуайт Лассвелл (Лассуэла) Lasswell (1902-1978)

- Американский политолог, представитель бихевиористского подхода к политической науке.
- Разрабатывал проблемы функционального подхода к политике, анализировал роль СМИ в формировании и распространении символов политической власти.
- Лассуэл одним из первых применяет метод контент-анализа массовой коммуникации.
- Предложил первую концептуальную схему осуществления массовой коммуникации в обществе и наметивший основные области исследований коммуникационных процессов
- «Пропагандистская техника в мировой войне» (1927); «Структура и функции коммуникации в обществе»/ Сб. Коммуникация идей.1948

СМИ и пропаганда

- Пропаганда – «умышленно манипулируемая коммуникация»
- Первая мировая война:
 - Получили существенной развитие всестороннее применение методов управления информацией
 - Существенное развитие коммуникационных техник

Классическая парадигма Г.Лассуэла (Five W's)

- Who says? (Кто говорит?) – анализ контроля сообщений
- What says? (Что говорить) – анализ сообщения (контент-анализ)
- In which channel? (По какому каналу?) – медиа-анализ
- To whom? (Кому говорится) – анализ аудитории
- With what effect? (С каким эффектом?) – анализ воздействия

2. Структурный-функционализм – доминирующая парадигма исследования масс-медиа

Структурный функционализм или структурализм:

1. Рассматривает свой объект исследования как систему, в которой его части определяются, исходя из их функций или значения для целого.
2. Интересует описания и объяснения внутренних отношений и строения системы, морфологические аспекты
3. Вопросы внешних влияний и исторического развития считаются менее интересными, чем внутренние отношения

Структурно-функциональный подход

- Рассмотрение массовой коммуникации в рамках структурного-функционализма трактует ее как самоуправляющуюся и самокорректирующуюся подсистему, действующую в конкретных политических и институциональных условиях.
- При этом массовую коммуникацию изучают прежде всего как одно из средств поддержания функционирования общества в целом, а не как источник, способствующий

Пауль Феликс Лазарсфельд (1901-1976)

- Американский социолог (1901 Вена-1976 Нью-Йорк), разработал проблематика применения математических методов в социальном познании.
- Лазарсфельд был участником крупнейших эмпирических исследований, проводимых в США, в связи с анализом роли СМИ в формировании общественного мнения.

Присвоение статуса

- Средства массовой коммуникации присваивают статус общественным проблемам, личностям, организациям и общественным движениям.
- Средства массовой коммуникации наделяют престижем и усиливают власть индивидов и групп, легитимизируя — т.е. признавая законным их социальный статус. Внимание средств массовой коммуникации свидетельствует, что объект сообщения достоин быть выделенным из анонимной массы, его поведение и мнения достаточно важны для всех.
- Функция присвоения статуса, наиболее ярко проявляется, когда в ходе рекламы используются рекомендации или заявления «известных людей»

Социальная проблема

- Что считается социальной проблемой, является делом определения
- То, что составляет социальную проблему, в сущности является субъективной проблемой
- Риторика, которая применяется при формулировке проблемы
- Социальные силы, которые выдвигают проблему
- Рост и упадок социальных проблем с точки зрения конкуренции между ними на различных публичных аренах

Укрепление социальных норм

- Средства массовой коммуникации могут инициировать организованное социальное действие «показом» условий, отличающихся от общественно принятой морали.
- Как только об отклонениях становится одновременно известно всем, возрастает напряженность между «индивидуально терпимым» и «общественно приемлемым».
- В условиях современного массового общества функция общественного внимания институализирована в деятельности средств массовой коммуникации.
- Изучение движений, инспирированных средствами массовой коммуникации, способствует получению ответов на вопросы об отношении массовой коммуникации и организованного социального действия.

Дисфункция наркотизации

- Разрозненные исследования показывают, что все большее время люди затрачивают на потребление материалов средств массовой коммуникации. Информированность о массовых проблемах трансформируется в массовую апатию.
- Все большая часть времени отводится чтению и прослушиванию и, соответственно, меньшая часть может быть уделена организованному социальному действию.

Социальный конформизм

- Поскольку средства массовой коммуникации поддерживаются большим бизнесом, приводящим в движение существующую социальную и экономическую систему, то массовая коммуникация способствует поддержанию этой системы.
- Экономическое давление способствует конформизму посредством «опускания» важных проблем.

Влияние на массовые вкусы

- Точка зрения 1: эстетические и интеллектуальные вкусы людей понизились под влиянием потока тривиальных материалов печатных изданий, радиостанций и киностудий.
- Точка зрения 2: Неверно говорить просто о падении эстетических вкусов. Массовая аудитория очевидно включает большое число людей с развитыми вкусами. Однако они оказываются поглщены массами, составляющими новую для произведений искусства аудиторию. Еще вчера элита представляла собой всю аудиторию, теперь она является лишь частичкой целого. Как следствие средний уровень эстетических стандартов и вкусов понизился. Вместе с тем, вкусы отдельных групп населения несомненно повысились и общее число людей, обращенных к содержанию массовой коммуникации, резко возросло.

Масс медиа необходимы обществу для:

- интеграции
- кооперации
- порядка, контроля и стабильности
- адаптации к изменениям
- мобилизации
- управления напряженностью
- преемственности культуры и ценностей.

3. «КУЛЬТУРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ» МАСС-МЕДИА

Культура и культурная деятельность

- Культура = культурное наследие + культурная деятельность.
- Культурная деятельность = **творчество** (создание культурных ценностей) + **массовая коммуникация** (хранение и распространение созданных ценностей) + **практическое использование** (освоение) этих ценностей.
- Массовая коммуникация – трансляция культурных ценностей (смыслов)

Бирмингемский центр культурных исследований

- Основан в 1964 году. Руководители: Ричард Хоггарт, Реймонд Уильямс и Стюарт Холл.
- Британская школа в очень значительной степени подвержена идеям марксизма и вообще была тесно связана с левыми движениями, с анализом культуры рабочего класса и т.п. в противовес исследованиям культуры элитарной.
- Книга Хоггарта «Выгоды образованности» (1957) вместе с работой Р. Уильямса «Культура и Общество» (1958) явились основообразующими для культурных

История

- В 50-х годах Ричард Хоггарт и Реймонд Уильямс заинтересовались влиянием развивающейся массовой культуры в послевоенной Британии, особенно ее влиянием на рабочий класс.
- Чтобы ответить на поставленные вопросы, Ричард Хоггарт создал небольшой аспирантский Центр Современных Культурных Исследований при Бирмингемском Университете.
- После ухода Р. Хоггарта в конце 60-х Центр возглавил его коллега, Стюарт Холл. Работа С. Холла и аспирантов Университета, проведенная в 1970-х, завоевала большой авторитет. Она во многом и определяет то, что сегодня называется культурологической теорией.

Кино

- Важное направление исследования современной культуры было посвящено изучению кино и телевидения.
- Анализ кино, приведенный в журнале «Скрин (Экран)» Британского Института Кино в 70-х годах, утверждал, что способ представления сюжета (методы монтажа, визуальный ряд и т.д.) контролирует и направляет зрителя.
- Повествовательная манера кино неуловимо, но властно навязывает свою интерпретацию зрителю, который поставлен в такую ситуацию, что ему приходится воспринимать кино определенным образом.

Телевидение

Стюарт Холл и его студенты при работе над исследованием телевидения хотели создать более развернутый анализ устройства телевидения.

Они утверждали, что телевидение пытается навязать зрителям предпочтительное толкование, но зрители имеют возможность от него отказаться и выработать свою собственную интерпретацию увиденного и услышанного.

Идеология

Ключевым понятием исследований о телевидении и кино была концепция **идеологии**. Термин заимствован из марксистских работ.

В нейтральном смысле, идеология - это последовательный набор общественных ценностей, убеждений и значений (к примеру, католицизм, социализм, вегетарианство).

По К. Марксу доминирующая идеология - это важнейшее понятие, касающееся, в частности, ценностей, убеждений и интерпретаций господствующего (правлящего) класса. В классическом марксизме анализ доминирующих ценностей проводился в терминах классовых отношений.

Кодирование/декодирование

- Наиболее известной работой С.Холла является статья "Кодирование/декодирование", которая в значительной мере изменила методологические основания современной теории коммуникации и которая позволяет понять, как именно Холл предлагает анализировать сложные процессы репрезентации и интерпретации в масс-медиа, а также отношения автора и реципиента.
- По его мнению, в реальности процессы коммуникации имеют петлеобразный характер. Производство сообщений, их циркуляция, потребление и затем воспроизводство образуют единый цикл. В связи с этим процессы кодирования и декодирования сообщения должны быть рассмотрены как единое целое, как взаимно друг друга детерминирующие фазы единого процесса.
- Схема, предложенная Холлом, включает в себя следующие элементы: техническая инфраструктура - отношения производства профессиональные навыки и знания - структуры значения № 1 кодирование - программа как "осмысленный" дискурс - декодирование структуры значения № 2 ... - .

Анненбергская школа

- Бурное развитие электронной массовой коммуникации привело к большому количеству исследований, которые пытались объяснить влияние, прежде всего, телевидения (телевизионного насилия) на население (детей).
- Гипотеза культивации была попытка объяснить воздействие телевидения на зрителей
- Истоки ее заложили и группа исследователей Анненбергской школы коммуникаций из университета Пенсильвании (профессор Джордж Гербнер), которые проводили длительное и широкомасштабное исследование в течение 80-х годов, чтобы выяснить влияние телевидения на культурные установки и их формирование

Проект культурных индикаторов

- Начат в 1967 году по инициативе Джорджа Гербнера первое исследование проводилось для американской Национальной комиссии по расследованию причин насилия и его предотвращения
- Введен «коэффициент враждебности мира», используемый для изучения восприятия насилия и агрессивности телезрителями.
- Проводится ежегодный контент-анализ телевизионного насилия.
- Особое внимание уделяется содержанию телепрограмм, транслируемых в лучшее эфирное время в будни и выходные дни.
- Исследуется эффект культивации, вызванный сформированными телевидением образами семьи, гендерными и возрастными стереотипами

Культивация

- Согласно Гербнеру, телевидение несет ответственность за большинство «культивационных» и «аккультурационных» процессов, в рамках которых люди систематически подвергаются селективному взгляду общества на большинство событий жизни, взгляду, который имеет склонность формировать их ценности и веру определенным образом.
- Чем больше времени зритель проводит перед телевизором, тем более его восприятие мира приближается к тому образу реальности, который он видит на экране.

- Анализ процесса институционализации подразумевает изучение процессов производства, управления и распространения медиаинформации
- Анализ системы сообщений состоит в изучении представленных на телевидении медиаобразов, например, гендерных образов, образов меньшинств, образов отдельных профессий и т.д.

Ключевые понятия

- Телевидение как величайший рассказчик – оптовый поставщик образов
- Мейнстриминг (господствующая тенденция)
- Резонанс
- Взаимодействие
- Комплексные психологические процессы

Мэйнстриминг

- Более вероятно, что тот, кто мало смотрит телевизор, имеет мнения по различным вопросам, расходящиеся с общепринятыми, а тот, кто смотрит телевизор много, в большей степени склонен к конформизму.
- Для тех, кто смотрит телевизор много, он подавляет своей монопольной властью все другие источники информации, идей и мысли.
- В этом смысле идея считается общепризнанной, если она прозвучала по телевидению.

Технология реализации мэйнстриминга

- Телевидение затушевывает традиционные социальные различия;
- Оно склоняет и вовлекает различные группы, ранее отклонявшиеся от основного течения, в мэйнстрим;
- Оно направляет приведенную к единому основанию социальную массу в сторону господствующих, центральных интересов в области экономики, политики и власти

Резонанс

- Резонанс имеет место в том случае, когда реальные события подтверждают искаженный образ действительности, представленной на экране.
- Когда непосредственный опыт телезрителя соответствует получаемой им информации, ее содействие усиливается – она *резонирует*, способствует эффекту культивации.

Взаимодействие

- Между телевидением и зрителями осуществляется динамическое взаимодействие.
- Некоторые зрители более подвержены культивационному воздействию, что объясняется определенными личностными характеристиками, особенностями социальной среды, культурными традициями и т.д.

Культурное воздействие медиа

- Последние исследования масс медиа и социальных изменений также признают сильное культурное воздействие медиа.
- В них утверждается: полное проникновение электронных медиа в повседневность человека *фундаментально изменило социальный опыт, размыло границы между социальными пространствами*, типичными в прошлые времена. Человеческий опыт был сегментирован ролью и социальной ситуацией и резко разделен между *частной (за кулисами) и общественной (на сцене)* сферами. Сегментация происходила по возрасту, полу и социальному статусу, и «стены» между разными зонами опыта стали высокими.
- Телевидение появилось и продемонстрировало опыт в шоу без каких-либо ограничений. Пропали многие секреты – о сексе, смерти, власти.

4. МАСС-МЕДИА В ПОСТМОДЕРНИЗМЕ

Модерн

- Под модерном понимается культурно-историческая эпоха, начало которой приблизительно совпадает с началом Нового времени и которая длится до сих пор.
- Общества эпохи модерна имеют обыкновенно индустриальную капиталистическую экономику, демократическую политическую организацию, классовую социальную структуру.
- Специфический образ жизни: индустриализация общества, усиление социальной мобильности, рыночная экономика, всеобщая грамотность, бюрократизация, консолидация национальных государств.

Культурные принципы модерна

- Модерн и определяется чаще всего **как некое культурное единство.**
- В качестве основополагающих культурных характеристик модерна чаще всего подчеркиваются **индивидуализм и рационализм.**
- Под **индивидуализмом** понимается концепция свободной, автономной, саморегулирующейся личности как основы совместного социального бытия людей.
- Под **рационализмом** понимается стремление людей и социальных групп основывать свое поведение исключительно на принципах разума и отказ от следования истинам, диктуемым религией, традицией, авторитетом и т.п.

Мораль постмодернизма

- ❑ Люди перестают быть плохими или хорошими. Они просто «морально амбивалентны».
- ❑ Моральные явления не отличаются регулярностью и устойчивостью.
- ❑ Моральные конфликты не могут быть разрешены в силу отсутствия устойчивых моральных принципов.
- ❑ Нет такого явления как универсальная, общая для всех мораль.
- ❑ Соответственно, нет рационального порядка, ибо нет механизма морального контроля.
- ❑ Но мораль *не исчезает вообще*. Она трансформируется в этическую систему, касающуюся межличностного взаимодействия. Особую значимость приобретает потребность быть для другого.
- ❑ Люди обречены на жизнь с неразрешимыми моральными дилеммами.

Жан Бодрийяр

- Жан Бодрийяр (J Baudrillard) – родился в 29 июля 1929 года, французский социолог и культуролог. Умер 6 марта 2007 года.
- Ж. Бодрийяр является профессором Парижского университета, преподает также в ведущих учебных заведениях США и Европы.
- Ж. Бодрийяр испытал сильное влияние К Маркса; Э. Дюркгейма, структуралистов, особенно структурных лингвистов, и, конечно, М. ФУКО, взяв у него идею деконструкции.
- Строго говоря, сам Ж. Бодрийяр не считает себя постмодернистом и даже социологом: «Я метафизик, возможно, моралист, но определенно не социолог. Единственная «социологическая» работа, на которую я могу иметь законные притязания - это моё усилие положить конец социальному, самой концепции социального».

Работы Бодрийяра

- Система вещей (1968, рус. перевод 2001)
- Общество потребления (1970, рус. перевод 2006)
- К критике политической экономии знака (1972, рус. перевод 2003, 2007)
- Символический обмен и смерть 1976, рус. перевод 2000)
- Соблазн (1979, рус. перевод 2000)
- Симулякры и симуляция (1981, рус. перевод 2011)
- Жан Бодрийяр. В тени молчаливого большинства, или конец социального (рус. перевод 2000).
- Америка (эссе) (1986, рус. перевод 2000)
- Прозрачность зла (1990, рус. перевод 2006)
- Пароли. От фрагмента к фрагменту (2000, рус. перевод 2006)

Потребление знаков

- У структуралистов Бодрийяр взял идею видения системы потребительских товаров через призму кода сигнификации (смысла), осуществляющего контроль, как над предметами, так и индивидами общества.
- Предметы потребления являются частью знаковой системы. Поэтому можно утверждать, что когда люди потребляют предметы, они потребляют и знаки. То, что мы потребляем, зачастую не являются предметами в собственном смысле слова, а лишь знаками.

Код сигнификации

- Причем, именно код, контролирует, какие предметы люди потребляют, что они делают.
- Индивидам может казаться, что, имея деньги, они могут приобрести все, что угодно, все, что они могут захотеть. Но дело-то в том, что они могут захотеть лишь то, что потребляет группа, к которой они принадлежат, точнее, то, что диктует характерный для данной группы код сигнификации.
- В этом-то весь смысл потребительского общества: людям кажется, что они полностью свободны в потреблении, но в действительности код сигнификации ограничивает их свободу.

Символический обмен

- В потребительском обществе нет таких символов, которые бы не были товаром. Все СИМВОЛЫ - пиво и сигареты, высокое искусство и сексуальные акты, абстрактные теории и автомобили - производятся, обмениваются и продаются.
- Концепция символического обмена является стержнем теории Бодрийяра. По его мнению, - символический обмен становится основополагающей универсалией современного потребительского общества.

- Современные СМИ практически тотально манипулируют кодом.
- Это проявляется в том, что символы, имеющие концентрированное выражение в коде, становятся абсолютно индетерминированы, относительноны от реалий окружающего мира. В итоге разрушается и отмирает связь между символами и реальностью.
- Обмен между символами происходит относительно друг друга, но не между символами и реальностью. За символами не стоит ничего конкретного.
- Стирается грань между реальностью и вымыслом, между истиной и заблуждением. Реальность и истина, как считает Бодрийяр, просто перестают существовать.

Гиперреальность

- Символический обмен приводит к утверждению «гиперреальности». Под гиперреальностью Бодрийяр понимает симуляции чего-либо.
- Гиперреальность для стороннего наблюдателя более реальна, чем сама реальность, более правдива, чем истина, более очаровательна, чем само очарование.
- Превращение символов в гиперреальность осуществляется благодаря серии последовательных превращений символов:
 - символ отражает сущностную характеристику реальности;
 - символ маскирует и искажает сущность реальности;
 - символ уже скрывает отсутствие сущности реальности;
 - он перестает соотноситься с реальностью вообще, представляя лишь подобие или видимость чего-либо.

Симулякр

- **СИМУЛЯКР** (от лат. **simulo**, «делать вид, притворяться») — «копия», не имеющая оригинала.
- Ранее оно означало просто изображение, картинку, репрезентацию. Например, фотография — симулякр той реальности, что на ней отображена. Необязательно точное изображение, как на фотографии: картины, рисунки на песке, пересказ реальной истории своими словами — всё это симулякры.
- В наше время под симулякром понимают обычно то, в каком смысле это слово использовал Бодрийяр: симулякр — это изображение без оригинала, репрезентация чего-то, что на самом деле не существует.
- Под симулякрами Бодрийяр понимает знаки или образы, отрывающиеся по смыслу от конкретных объектов, явлений, событий, к которым они изначально относились, и тем самым выступающие как подделки, уродливые мутанты, фальсифицированные копии, не соответствующие оригиналу.

Симулякры современного общества

- Диснейленд - более привлекателен, чем естественная природа;
 - Модная вещь – лучше той, которая прекрасно функционирует;
 - Порно фильмы сменяют сексуальность, мыльные оперы любовь.
- ▣ **Симуляция** означает обретение знаками, образами, символами самодостаточной реальности.

Пьер Бурдьё

- Родился в 1930 г. в семье крестьянина в Беарне в юго-западной Франции.
- 1951-1954 учился в высшей нормальной школе.
- С начала 60-х был преподавателем университетов в Париже и Лиле.
- В 1982 году возглавил кафедру социологии в «Колеж де Франс».
- Умер в 2002 году.

Исходные положения теории П.Бурдьё

- В определении и изучении сути социальных отношений Бурдьё предложил использовать одновременно два принципиальных подхода:
 - 1) структурализм — в социальной системе существуют объективные структуры, не зависящие от сознания и воли людей, но способные стимулировать те или иные их действия и стремления;
 - 2) конструктивизм — действия людей, обусловленные жизненным опытом, процессом социализации, «формируют социального агента как истинно практического оператора конструирования объектов».
- Теория Бурдьё считается интегральной социологической теорией и представляет собой попытку преодоления противоречий между макро- и микро- анализом, агентом и структурой.
- В основании теории Бурдьё лежат: исследовательская программа Маркса, исходным пунктом которой полагается широко понимаемая структура (общественно-экономическая формация), и программа Вебера, который исходит из концепта социального действия. Постольку, поскольку агент и структура связаны диалектически, Бурдьё пытается снять противоречие между ними и вводит ряд своих концептов.

Парадигмы Бурдьё

- «Социология, – утверждал Пьер Бурдьё, – позволяет каждому лучше понять, кто он такой, дав ему понимание социальных условий и его положения в социуме». Социология становится рычагом действия...
- Он говорил о важности «внешней детали, одновременно видимой и скрытой, социального функционирования», придавая огромное значение символическим структурам (образование, культура, литература, искусство, медиа, политика и др.).
- Пример: **«Вам кажется, что вы художник и обладаете огромным даром? Укажите лучше место и дату вашего рождения, профессию родителей и дипломы. Эти простейшие детали помогут нам больше узнать о ваших предполагаемых талантах, чем первое**

Габитус и социальное пространство

- Центральными в социологической теории Бурдьё являются понятия «габитус» и «социальное пространство».
- По Бурдьё, объективная социальная среда производит габитус — «систему прочных приобретённых предрасположенностей»; в дальнейшем они используются индивидами как исходные установки, которые порождают конкретные социальные практики индивидов.
- Социальное пространство — это логически мыслимый конструкт, своего рода среда, в которой осуществляются социальные отношения. Социальное пространство — это не физическое пространство, но оно стремится реализоваться в нем более или менее полно и точно. Социальное пространство можно описать как совокупность полей, специфических однородных «под-пространств» (например, поле литературы, экономическое поле и т. п.), власть над которыми дает обладание дефицитными благами — капиталом. Именно распределение различных видов капитала (экономический, культурный, социальный, символический) в социальном пространстве и структурирует его.

Габитус

- Действия индивида всегда социальные и коллективны по своему характеру.
- В различных средах человек осваивает различные способы поведения и мышления, приобретает различный опыт.
- То, что приобретает индивид называется габитусом.
- В различных средах интенсивность влияния происходит по-разному. Социальное происхождение составляет основу габитуса.
- Новый габитус означает большее, чем внешнее приспособление к новой жизни. На самом деле он означает совершенно новый образ жизни.
- Главное – это приспособиться к действующим правилам игры и развить габитус, который делает возможность для индивида удержаться в поле и достичь в нем лучшего положения, в то же время для поля важно сохранить свое автономное положение и власть в обществе.

Совокупность полей

- Каждый индивидум, обусловленный собственными *habitus*, развивается в одном или нескольких «полях», от высшей моды, например, до торговцев недвижимостью или широких областей экономики, политики, литературы и др. Каждое поле является небольшим участком социального мира, функционирующим более или менее автономно и по своим собственным законам. Это причина, по которой тот, кто желает проникнуть в чужую среду (политическую, художественную, интеллектуальную) должен знать ее коды и внутренние правила.
- Это также поле приложения сил, доминирования и конфликтов между личностями и кланами, где каждый желает завоевать новые позиции. Как в шахматах, положение и ценность каждой фигуры зависят не только от них самих, но и от их положения по отношению к другим фигурам. Поле можно сравнить с игрой, правила которой не были объяснены заранее, а игроки неравным образом поделили между собой козыри – культурный и иные капиталы.

Капитал

- Это понятие описывает борьбу за символические ценности по экономическому принципу.
- Наряду с символическим, Бурдье выделяет три различные формы капитала: социальный, экономический и культурный.
- Понятие капитал подразумевает, что в индивидуальной плоскости происходит изменение объема капитала и социального положения, находящие выражение в габитусе, а в коллективной плоскости - в положении поля.

Выводы

- Бурдые анализирует социальные отношения, которые он на уровне индивид описывает при помощи понятия *габитус*. Этим понятием он пытается как обозначить, так и объяснить характер поведения и способ мышления индивида в том виде, как они развиваются в различных социальных средах
- Габитус развивается в коллективных *полях социальной конкуренции*. Они образуют систему автономных социальных положений, конкурирующих друг с другом.
- Для того, чтобы индивид смог добиться успеха в поле конкуренции и достичь высокого *положения*, он должен усвоить различные подходы и необходимый объем доминирующих в поле *форм капитала*.
- Чтобы достичь нужного положения, они должны выполнять различные *ритуалы*. Требуются определенные усилия, чтобы получить специфическую выгоду в разных полях, и имеются определенные *усилия*, чтобы получить специфическую выгоду в разных полях, и имеются особые условия и символы *признания*, что положение действительно достигнуто.



СПАСИБО