

The background of the cover is an abstract, layered geometric pattern. It consists of various shapes, including triangles, rectangles, and irregular polygons, in shades of dark blue, medium blue, and teal. The shapes are layered, creating a sense of depth and movement. The overall effect is a complex, modern, and somewhat futuristic design.

В.Ф. Иванов

Массовая  
КОММУНИКАЦИЯ

**В.Ф. Иванов**

# **Массовая коммуникация**

**Киев  
Академия Украинской Прессы  
Центр Свободной Прессы  
2013**

УДК 616.77  
ББК 60.56  
И20

ISBN 978-966-2123-40-1

**Иванов Валерий Феликсович**

**И20** Массовая коммуникация: Монография / В.Ф. Иванов. — Киев: Академия Украинской Прессы, Центр Свободной Прессы, 2013. — 902 с.

**Рецензенты:**

д. соц. н., проф. Костенко Н.В.  
д. филол. н., проф. Почепцов Г.Г.  
д. филол. н., проф. Ризун В.В.

«Массовая коммуникация» посвящена рассмотрению различных подходов к информационным и коммуникационным явлениям. В частности, исследованы понятия информации, коммуникации, массовой коммуникации, их структура и свойства. Много внимания уделено составляющим массовокоммуникационного процесса, теориям и моделям массовой коммуникации. Исследована проблематика информационного общества и глобализации, теория и практика их развития.

Предназначена для студентов, аспирантов, преподавателей и научных работников, в сферу интересов которых входят вопросы массовой коммуникации.

ISBN 978-966-2123-40-1

© Иванов В. Ф., 2013  
© Академия Украинской Прессы,  
Центр Свободной Прессы, 2013

# Содержание

Вступление .....	6
<b>1. Информация и коммуникация</b>	
1.1. Общее представление об информации.....	10
Понятие информации. Информационное взаимодействие .....	10
Информация и знание .....	28
Классификация информации.....	33
Исследования информации .....	35
Формы существования информации .....	40
Свойства информации. Информационный взрыв .....	43
1.2. Понятие коммуникации и массовой коммуникации.	
Составляющие массовой коммуникации.....	44
Понятие «коммуникация» .....	44
Виды коммуникации .....	54
Общение и коммуникация .....	57
Актуальность изучения общения и коммуникации .....	57
Понимание как цель общения.....	60
Сущность общения и коммуникации .....	61
Общение и массовая коммуникация .....	64
Определение массовой коммуникации .....	69
Особенности массовокоммуникационного процесса .....	86
Условия функционирования массовой коммуникации .....	89
Функции массовой коммуникации .....	89
Элементы массовокоммуникационной системы .....	92
Понятие инфосферы .....	95
1.3. Социальная информация и ее свойства .....	97
1.4. Информация в журналистике .....	106
1.5. Документ в массовой коммуникации .....	118
Понятие документа .....	118
Классификация документов .....	123
Надежность и достоверность документов .....	127
Резюме .....	131
<b>2. Массовая коммуникация: компоненты</b>	
2.1. Масс-медиа: теоретические, исторические	
и практические аспекты .....	142
Понятие о масс-медиа .....	142
Структура масс-медиа .....	155
Значение масс-медиа.....	161
Признаки и черты масс-медиа .....	168
2.2. Направления исследования массовокоммуникационных	
процессов .....	175
2.3. Коммуникатор и аудитория .....	186
2.4. Массы.....	188

2.5. Влияние масс-медиа на аудиторию.....	199
Резюме .....	209
<b>3. Теории и модели массовой коммуникации</b>	
3.1. Теории массовой коммуникации.....	218
Методология изучения массовой коммуникации .....	218
Изучение эффектов массовой коммуникации .....	230
Теория стереотипов .....	243
Теория когнитивного диссонанса.....	245
Теория пользы и удовлетворения.....	250
Теория обучения и теория познания .....	253
Структурно-функциональный подход.....	264
Теория спирали молчания.....	276
Теоретические воззрения Г.М. МакЛюэна .....	278
Информационная теория .....	292
Неомарксистское направление в изучении массовой коммуникации .....	297
Теории представителей Франкфуртской школы .....	299
Коммуникационные воззрения Н. Лумана.....	307
Структурализм и постструктурализм .....	313
Коммуникационные взгляды теоретиков постмодернизма .....	330
Масс-медиа в теоретических воззрениях П. Бурдьё .....	335
Культурологические теории массовой коммуникации .....	344
Теоретические обобщения Д.МакКуэла.....	355
Другие концепции массовой коммуникации.....	361
Теории журналистики.....	366
Теоретические основы свободы прессы .....	366
Современные теории журналистики.....	370
Иные теории и модели журналистики .....	382
Теория повестки дня М.МакКобса и Д.Шоу .....	391
Теория гейткиперов К.Левина .....	395
Теоретические разработки новостных программ .....	397
Профессиональные и этические стандарты журналистики.....	402
3.2. Модели массовой коммуникации.....	418
Резюме .....	457
<b>4. Информационное общество</b>	
4.1. Основные представления об информационном обществе.....	480
4.1.1. Определения и характеристики информационного общества .....	480
4.1.2. Теории информационного общества .....	502
Йонэдзи Масуда.....	503
Дэниел Белл.....	508
Элвин Тоффлер .....	514
Мануэль Кастельс .....	533
Том Стоуньер.....	577
Фрэнк Уэбстер.....	581

Питер Дракер .....	609
Рольф Йенсен .....	610
Александр Бард и Ян Зодерквист .....	612
Френсис Фукуяма .....	614
Владислав Иноземцев .....	617
Другие подходы к теории информационного общества .....	624
4.1.3. Критика информационного общества .....	645
4.2. Основные составляющие информационного общества.....	656
4.2.1. Экономика.....	656
4.2.2. Государство и политика в информационном обществе.....	672
4.2.3. Доступ к информации и цифровое неравенство в информационном обществе.....	679
4.3. Роль информационных технологий в развитии общества .....	683
4.3.1. Информационные технологии как инструмент развития общества .....	683
4.3.2. Интернет и виртуальная реальность.....	702
4.4. Особенности информации в информационном обществе.....	716
4.5. Переход к информационному обществу: общие закономерности и специфика регионов .....	728
Резюме .....	753
<b>5. Глобализация</b>	
5.1. Глобализация как новая парадигма существования человечества.....	772
Определение глобализации .....	772
Теории глобализации .....	787
5.2. Глобализация в экономике, политике, культуре, технологиях.....	831
5.3. Глобализация в сфере масс-медиа .....	841
Резюме .....	847
<b>Заключение.....</b>	<b>849</b>
<b>Литература.....</b>	<b>850</b>
<b>Указатель .....</b>	<b>900</b>

## ВСТУПЛЕНИЕ

Последние десятилетия характеризуются острыми дискуссиями о природе и функциях масс-медиа, характере и глубине их влияния на общество и отдельные социальные группы. При этом установки бытового дискурса существенно отличаются от научного. В частности, ученые не поддерживают расхожие представления о всемогущей массовой коммуникации, которые артикулируются политиками, частью бизнесменов и большинством журналистов. Горячие споры возникают и по поводу ответственности журналиста за результаты своего труда. Тут традиционно сталкиваются несколько основных точек зрения. Различие во взглядах, естественно, диктуется разными методологическими подходами и установками при изучении массовокоммуникационного процесса. Однако различия возникают также из-за слабой разработанности основных дефиниций. Традиционно размытым является содержание термина «информация», ее классификация и формы существования. По-разному понимается сущность процесса коммуникации и его целей.

Проблемы массовой коммуникации широко рассматривались в трудах отечественных и зарубежных ученых. Это, прежде всего, попытки разработать общую методологию процесса массовой коммуникации Г. Лассуэлла, Г. МакЛюэна, Ю. Хабермаса, У. Шрамма, А. Алексеева, Н. Костенко, Г. Почепцова, В. Ризуна и многих других. Исследователи исходили из разных представлений о сущности массовой коммуникации, процесса восприятия информации человеком, закономерностей формирования общественного мнения. Однако нужно отметить, что большинство ученых, которые занимались этими важными, до сих пор еще нерешенными вопросами, были социологами, философами, психологами, а не журналистами. Естественно, они пытались найти решение этих проблем, исходя из представлений своих наук. Так случилось, что журналистика рассматривалась, и это продолжается и в наше время, как сугубо практическая сфера, исследовать которую должны представители других наук.

Масс-медиа охватывают фактически все общество и определенным образом влияют на него. В настоящий момент масс-медиа играют роль инструмента формирования общественного мнения, т.к. делают возможным дискурс в масштабах всего общества.

Существует настоятельная потребность изучить разные пути оптимизации их работы. Существующие научные разработки уже не удовлетворяют, так как новые реалии требуют также и новых подходов. Оптимизировать деятельность масс-медиа можно только в результате их полного и всестороннего изучения.

Предлагаемое монографическое исследование является результатом работы последних лет и попыткой систематизировать знания, накопленные наукой в области изучения массовокоммуникационных процессов.

**1**

**Информация  
и коммуникация**



**Часть I. «Информация и коммуникация»**  
*посвящена рассмотрению различных подходов к информационным и коммуникационным явлениям. В частности, исследованы понятия информации, коммуникации, массовой коммуникации, их виды, взаимосвязи и свойства, формы существования, принципы классификации и анализа.*

**1.1. Общее представление об информации  
(с. 10 – с. 44)**

**1.2. Понятие коммуникации и массовой коммуникации.  
Составляющие массовой коммуникации  
(с. 44 – с. 97)**

**1.3. Социальная информация и ее свойства  
(с. 97 – с. 106)**

**1.4. Информация в журналистике  
(с. 106 – с. 117)**

**1.5. Документ в массовой коммуникации  
(с. 117 – с. 131)**

## 1.1. Общее представление об информации

### Понятие информации. Информационное взаимодействие

Трудно переоценить ту роль, которую играет в развитии современного общества информация. Можно без преувеличения сказать, что современное общество является обществом информации, ее эрой. Эта эра наступила в XX в. «С кибернетикой связан существенный в мировоззренческом отношении факт установления принципиальной неполноты той картины действительности, которую рисовала наука XIX в. Последняя пользовалась в своей палитре четырьмя основными «красками». Этими красками служили понятия материи, движения, пространства и времени. Кибернетика показала, что в палитре не хватает еще одной «краски». Ею является информация. Только приобщение до четырех упомянутых выше категорий понятия информации дает возможность построить целостную картину реальности» [Бирюков Б.В., 1974: 22]. Информация позволяет человечеству активно работать с природой, помогает провести интеграцию человеческих усилий. Причем не только в определенных звеньях работы, а во всей человеческой деятельности в целом. В настоящий момент информация стала основным ресурсом человечества, базой и социального, и технического развития.

Сам термин «информация» имеет давнюю историю (хотя актуализирован в науке он был сравнительно недавно). Особую роль играет информация в христианской религии. Согласно Евангелию от Иоанна проводится аналогия между информацией (словом) и Богом. Хотя следует отметить, что особая роль информации подчеркивалась и различными представителями восточной и эллинской философии. Согласно А.В.Соколову термин «информация» возник в Европе XIX в. от предлога «in» и корня «formе». Он означал нечто упорядочивающее, придающее форму. Информатором называли домашнего учителя, а информацией — учение, наставление [Соколов А.В.]. Слова «informatio» (лат.) и «informatja» (пол.) по-видимому послужили источникам для появления соответствующего термина в русском языке. Впервые, по Е.Горному, это слово представлено в «Духовном регламенте» 1721 г. в значении «представление, понятие о чем-либо». Кстати, Е.Горный считал, что в Европе понятие «информация» утвердилось в XIV в. и означало «придавать вид, форму, формировать, создавать, образовывать», «обучать, воспитывать», «строить, составлять», «воображать, мыслить» [Горный Е., 2001].

Однако «бум» вокруг понятия информация начался значительно позже. В науку это понятие было введено Р.Хартли в 1928 г. Таким образом, он обозначал меру количественного измерения сведений, которые распространяются по каналам связи. Как видим, этот подход кардинально отличается от бытового.

В настоящий момент проблемы информации одни из самых популярных в науке. После создания теории информации ссылки на нее можно встретить в трудах ученых самых различных специальностей.

Проблемы информации исследуют и инженеры, и историки, и биологи, и социологи, и, конечно, журналисты, и представители многих других отраслей науки. Некоторые рассматривают информацию «как социальное явление, то есть определенный феномен, связанный с деятельностью тех или других субъектов социальных множеств (например, групп) или социальных институтов (например, учреждений и организаций, которые функционируют в обществе)» [Массовая информация в советском промышленном городе, 1980: 20].

Это точка зрения социологов. Предметом изучения здесь выступает информационная деятельность тех или других социальных агентов. При этом связь информации с деятельностью заключается в том, что первая выступает в виде предмета, средства и продукта второй.

Кроме того, деятельность в обществе этих агентов реализуется в форме как специализированной (например, профессиональной) деятельности, так и неспециализированной (спонтанной).

В социологии понятие информации не приобретает какого-то качественно иного содержания, хотя и не полностью используется в том же значении, как в теории информации, потому что обязательно занимается рассмотрением содержания информации, которая анализируется. В целом, под информацией в социологии понимается «любое сообщение (текст), которое вмещает какие-то сведения (новое знание) относительно того или иного объекта (предмета сообщения)» [Массовая информация в советском промышленном городе, 1980: 21].

На этом уровне можно изучать сообщение и все, что с ними связано с помощью коммуникационной цепочки Г.Д.Лассуэлла. Информация в социологии выражается с помощью знаковой системы в виде разнообразных текстов. Именно с помощью знаков происходит объективная фиксация содержания информации. Это дает возможность, во-первых, отделить информацию от ее источника, во-вторых, передать ее для восприятия другими членами общества. Как правило, знаки, в которых фиксируется информация, это естественный язык, устный или письменный. Но есть и другие знаковые системы — от формул до азбуки Морзе и тому подобное.

Некоторые социологи различают понятие «информация» на когнитивном и интерактивном уровне. На когнитивном, по их мнению, это означает ознакомление. Она (информация) создает основу для познавательной деятельности социальных субъектов разного ранга. Информация способна надолго остаться в когнитивном слое индивидуального или коллективного сознания. При этом она может срастаться с системой ценностей групп или индивидов. На интерактивном уровне она составляет ресурс социального действия в различных формах. «Получив информацию, индивид или группа соотносят себя с конкретной стратою, культурным кругом, этнической общностью, политическим движением, то есть осуществляют социальную и ценностную идентификацию. С помощью каналов массовой коммуникации они символично взаимодействуют и конкурируют за приоритет интернализированных ими образов социума, принимают участие в формировании общественного мнения и настроений. Последние, в свою очередь, иницируют взаимодействие заангажированных в социальную структуру индивидов в виде различных актов подчинения, сопротивления или солидарности между

социальными, политическими и культурными группами и категориями» [Соціологія, 2005: 212-213].

По мнению ряда социологов, «информация есть средство актуализации коммуникации как процесса, но не наоборот, так как информация актуализуется в сознании индивида самыми различными средствами... Коммуникация любого вида предполагает, в отличие от информации, наличие сознания. Смещение понятий информации и коммуникации связано с тем, что социальная информация, циркулирующая во всех уровнях социума, также предполагает наличие сознания, как, впрочем, и все социальные процессы, связанные с деятельностью человека» [Шеремет А.Н., 2004: 25].

Необходимо отметить, что информация является глобальной проблемой современности, потому что именно от нее зависит успешное развитие общества. Кроме того, информационное взаимодействие разных групп человечества — важнейшая форма социального взаимодействия. Именно от этого зависит общественный прогресс. Информационный фактор в последние годы привел к революционным изменениям. В настоящий момент весь мир включен в единую информационную систему, причем она работает, фактически, в режиме реального времени. Информация для человечества является не только условием, но и стимулом к действию, дезинформация и информационный хаос вызывают чувство неуверенности и бессилия. Большую роль в самочувствии общества играет также мера удовлетворения потребности в информации. В нездоровом обществе, как правило, есть чувство информационного голода.

Наиболее обобщенным определением информации является ее трактовка «как отраженного разнообразия, которое позволяет рассматривать в рамках общей концепции и информацию в неживой природе, связанную с понятием упорядоченности, структуры, организации, и информации во всех кибернетических системах (биологических, механических, наконец, социальных), прежде всего связанную с понятием управления» [Сесюнин В.Г., 1975: 224]. Другие ученые считают, что «информация — это знание, но не все знание, которое имеет человечество, а только та его часть, которая используется для ориентации, для активного действия, для управления» [Афанасьев В.Г., 1980: 238]. Действительно, то знание, которое не вошло в потребление, нельзя считать информацией, потому что им не пользуются другие члены общества, оно к ним не дошло и не может прийти.

Р.Ф.Абдеев считал, что докибернетическое понимание информации как передачи сообщений закончилось в середине XX ст. После этого, информация в научном познании тесно связана с категорией отражения. Он, как и некоторые другие исследователи ставит категорию информации в один ряд с материей и энергией. Наибольший вклад, по мнению ученого, в разработку понятия «информация» внесли статистическая теория информации и кибернетика. Причем, информация свойственна не только кибернетическим системам, а и вообще всем материальным объектам, в том числе и неживой природы. То есть, Р.Ф.Абдеев, являясь сторонником атрибутивного подхода, считал, что информация «неотъемлемый атрибут материи и движения. Памятуя, что движение — способ существования материи, можно утверждать,

что информация реализует этот способ, являя собой меру изменений, которыми сопровождаются все протекающие в мире процессы» [Абдеев Р.Ф., 1994]. Автор приводит слова Б.В.Бирюкова о том, что «По своему онтологическому статусу информация не отличается от пространства, времени, энергии, массы и т.п.» [Бирюков Б.В., 1974], но идет еще дальше: «В то же время понятие информации существенно шире, многоаспектнее каждой из этих философских категорий. Будучи наиболее связанной с категорией отражения, она является объективной естественно-научной характеристикой всех материальных объектов и их взаимодействий на всех уровнях организации материи. В частности, именно информация лежит в основе процессов саморегулирования и управления в живой природе и в человеческом обществе» [Абдеев Р.Ф., 1994]. Общие выводы российского исследователя полностью соответствуют всем требованиям атрибутивного подхода: «Информация является атрибутом всей материи. Концепция о двух разновидностях информации (структурной и оперативной), их взаимосвязь через отражение, их взаимопереходы свидетельствуют о преемственности материальных образований в их поступательном развитии от простого к сложному всецело свидетельствуют в пользу атрибутивной концепции информации. Информация удовлетворяет всем требованиям философской категории. Информация — такая же основная категория, как пространство, время, материя, энергия» [Абдеев Р.Ф., 1994].

Российский ученый С.Пюкке исследовал понятие информации, отталкиваясь от определения, данного в Законе Российской Федерации «Об информации, информатизации и защите информации», согласно которому информация — это сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления. Действительно, определения в юриспруденции составлены с учетом потребностей только этой науки и не претендуют на то, чтобы иметь универсальный характер. С.Пюкке считал, что взаимодействие материальных тел, полей и энергии порождает сигналы, т.е. изменение качественного и количественного состава элементов объективного мира. Субъект для выбора рационального поведения может фиксировать эти сигналы. При этом он проводит селекцию сигналов, исходя из их ценности для себя. После этого субъект преобразует эти сигналы, или данные, в известные ему понятия, т.е. информацию. При этом полная расшифровка сигнала и преобразование его в информацию невозможно, т.к. это означало бы познание всей полноты объективного мира. То есть, информация тут предстает связующим звеном между обладающим сознанием, волей и свободой поведения субъектом и объективным миром. Субъект использует ее для выбора более рациональный способ поведения для реализации своей воли. С.Пюкке считает, что в этом состоит функция и практическая значимость информации. Информация тут предстает, как формализованный продукт преобразования зарегистрированных сигналов в известные субъекту понятия. При этом доказывается, что информация с развитием общества не приобретает большего значения, т.к. она всегда являлась и является тем средством, с помощью которого субъект ориентируется в окружающем его мире. Просто происходит постоянное изменение качества и количества информации [Пюкке С. Что такое информация..., 2001].

Иной российский ученый Е. Майминас тоже считал, что «информация — это не любые сообщения, сведения, данные, а лишь те, которые уменьшают у получателя неопределенность знания об интересующем его объекте. Мера уменьшения этой неопределенности и характеризует количество информации по Шеннону... Конечно, ценность информации в высшей степени субъективна и обусловлена ее необходимостью, важностью для получателя...» [Майминас Е., 1997].

Немецкий ученый В. Шульц указывал на нечеткость понятия информация, которое используется вместе с терминами новость, сообщение, высказывание, а в обыденной жизни под ним часто понимают количество информации в сообщении, т.е. представляет один из признаков сообщения. При этом информация связана с новизной, актуальностью, познанием ранее неизвестного. Анализируя эти взгляды В. Шульц делает выводы, что в принципе сообщение само по себе не содержит информации. Но получает такую возможность из-за своего положения между коммуникатором и реципиентом. Если у реципиента меньше знаний по определенному вопросу, нежели у коммуникатора, то возникает ситуация неопределенности (англ. *uncertainly*), и информация помогает устранить эту неопределенность и разрыв в знаниях. Соответственно, чем больше неопределенность, тем большее количество информации несет сообщение (тут явное корреспондирование с К. Шенноном). Без ситуации неопределенности нет информации. Описывая основы математической теории информации, В. Шульц обращается к классическому случаю, когда информация возникает из-за разных вариантов кодирования либо из-за ожиданий реципиента различных вариантов кодирования. Т.е. если нет, по крайней мере, двух альтернатив у коммуникатора относительно кодирования информации или если реципиент ожидает только одного кодирования, то нет и информации. Ситуация двух альтернатив получила в теории информации название бит (от англ. *binary digit* — двоистый знак). Математической функцией, которая выражает возможности коммуникатора кодировать информацию является логарифм с основою 2, т.е.  ${}^2\log$  или  $ld$  (от лат. *logarithmus dualis*). При этом количество информации обозначают как  $h$ , а количество вариантов как  $n$ , а отношения между ними вычисляют по формуле:

$$h = ld n$$

Как видим, тут одинаковая вероятность различных альтернатив. Но реципиент, как правило, уже имеет определенные ожидания от акта коммуникации. Следующая формула учитывает эти ожидания (ее называют еще коэффициентом неожиданности):

$$h = ld \frac{1}{p_i} \text{ или для логарифмов } h = ld p_i$$

$p_i$  тут ожидание реципиента реализации альтернатив кодирования информации.

При этом, чем более новость отвечает ожиданиям реципиента, тем меньше она несет информации. Если же новость неожиданна и противоречит ожиданиям реципиента, то она несет много информации.

Но все это касается только одной новости. Как правило, новости подаются блоком. Для того, чтобы перевести количество информации на математический язык тут применяется средневзвешенное.

$$H = - \sum_{i=1}^n p_i \lg p_i$$

Эту величину назвали энтропией, а по формуле можно вычислить количество информации в каждой отдельной новости [Шульц В., 2007].

В.П.Мележик делает эту формулу более корректной:

$$H_{\text{ср.взв.}} = \frac{h_1 n_1 + h_2 n_2 + h_3 n_3 + \dots + h_n n_n}{h_1 + h_2 + h_3 + \dots + h_n} = \frac{\sum_{k=1}^n h_k n_k}{\sum_{k=1}^n h_k};$$

Где  $h$  — количество информации,  $n$  = количество вариантов.

Как видим, мы только начали рассматривать проблему информации, а уже встретились с тем, что ученые очень по-разному трактуют это понятие. С одной стороны, это естественно, потому что ученые разных наук по-разному используют информацию, с другой, нельзя, на наш взгляд, согласиться с той точкой зрения, что «нет и ... не может быть единственного определения понятия «информация» [Литвинович В.Ч., 1981. — Ч.1: 108]. При всех особенностях рассмотрения главные, принципиальные подходы остаются те же, и, таким образом, явление информации остается принципиально тем же, разными являются только трактовки к нему.

Обобщить разнообразные определения информации попробовали украинские исследователи А.К.Мелешенко, А.А.Чичановский, В.И.Шкляр. По их мнению, в общественных науках информация означает или сообщение, или сведения об окружающей действительности; в кибернетике и математике — или определение содержания, полученного в процессе адаптации к окружающей среде, или «сообщение, которое снижает неопределенность у потребителя»; в журналистике — «вся совокупность сведений..., которую несет журналистика любой аудитории». Отдельно рассматривается дефиниция информации в теории массовой коммуникации. Тут выделяются такие признаки функционирования информации как размах циркуляции (от межличностного до глобального), время циркуляции (от одноразового до неопределенного по времени в зависимости от размаха циркуляции и социальной ценности информации), эмоциональная окраска, способ производства (персонифицированный, безличностный), цель производства (влияние на социальное поле) [Мелешенко О.К., Чичановский А.А., Шкляр В.И., 2007: 27-29].

Существуют два основных подхода к природе информации — атрибутивный и функциональный. Странники первого рассматривают информацию как объективное свойство всех материальных объектов (информация — атрибут материи); сторонники второго утверждают, что информация является условием и результатом направленной активности и потому она возникает только на социально сознательном уровне. Разновидностью второго подхода является кибернетико-семиотическая концепция информации, согласно которой информация находится в неразрывной связи с управлением и самоуправлением, с работой само-



организующихся и самоуправляющихся систем. Сторонники этой концепции отрицают существование информации в неживой природе, т.к. она возникает на уровне жизни в процессе активного, целесообразного отражения [Журавлева Е.Ю., 2002: 15].

Например, Н.Н.Моисеев применял понятие «информация» только для процессов в живой природе и связывал его с субъектно-объектными отношениями. При это он утверждал, что понятие «информация» можно только описать, а не определить. Атрибутисты, например, И.А.Негодаев, рассматривали информацию в широком философском плане, понимая ее как передачу, или отражения, разнообразия, как ту сторону отражения, которая может объективизироваться. При этом информация не зависит от своего материального носителя, и тот не имеет существенного значения. По В.М.Глушкову информация представляет собой «меру неоднородности распределения материи и энергии в пространстве и времени, меру изменений, которыми сопровождаются все протекающие в мире процессы» [Глушков В.М., 1964: 53]. При этом подчеркивается особый вид реальности, который представляет информация. От материального мира, который обладает пространственными и временными формами, и идеального, который этими формами не обладает, информация имеет только пространственную форму. Четко отделяли информацию от материи и энергии Н.Винер и Г.Гюнтер [Негодаев И.А., 1999].

Для Е.Н.Дубровского информация является семантической сущностью материи. Он включал в понятие «материя» четыре составляющих: вещество, энергия, знание и информация. Эти элементы переходят из одной в другую субстанцию, и, таким образом, система «материя» поддерживается в равновесии. Вещество тут выступает носителем знания, а энергия — информации [Дубровский Е.Н., 1999].

Существует распространенная точка зрения, согласно которой информация в картине мира продолжает типологический ряд: материя, энергия и информация. Причем и эти ученые различаются на сторонников атрибутивного и функционального подходов. Представители первого (многие из них объединились как сторонники новой науки «информациологии») считают, что информация существует извечно и при помощи специального атома информация управляет материей. И.И.Юзвишин определял информацию как генерализованную фундаментальную основу микро- и макродинамических процессов Вселенной [по Шарков Ф.И., 2003: 134-135].

Н.Винер считал, что информация представляет не материю или энергию, а отношение, или объект «неосвязаемый» [Волков А.Г., Хабаров И.А., 1973: 24; Винер Н., 1958; Маккарти Дж., 1958; Тростников В.Н., 1970; Штейнбух К., 1967]. Источником тут, по-видимому, явились взгляды Э.Маха об информации, как отношении, т.е. универсальной характеристики субстанции, которая кардинально отличается от вещества и энергии [Волков А.Г., Хабаров И.А., 1973: 24; Мах Э., 1909; Современная..., 1972].

А.Г.Волков и И.А.Хабаров, не соглашаясь с винеровским определением информации, считали, что собственно информация — «это научная абстракция, которой в действительности соответствуют знаковые системы» [Волков А.Г., Хабаров И.А., 1973: 25].

А.Прозоров считал, что «информация как таковая существует независимо от нас, как одна из трёх субстанций Универсума. В этом понимании информация является мерой организации, присущей материальным объектам. Говоря об информации как таковой, мы имеем в виду количественный смысл только одной из ее составляющих: объективной либо субъективной» [Прозоров А.]. При этом А.Прозоров отрицает существование «информации вообще», таким образом он разделяет количество и содержание информации (которое выступает ее качеством).

По В.О.Ковалевскому «информация в качестве системы определяется как анергия, в противоположность энергии». Он различал носители информации, которые реально существуют во времени и пространстве, и саму информацию, которая не обладает этими свойствами [Ковалевский В.О. Философские основы...].

Ряд ученых считают, что информация возникает только на уровне сознания.

Например, С.А.Дятлов рассматривал информацию «не как абстрактный, отчужденный от живого человека феномен, а как атрибут сознания, имманентно присущий живой личности человека, обладающего свободой выбора и творческой потенцией». Ученый считал, что информация — это «атрибутивная характеристика осуществляющегося, актуализирующегося через системные взаимодействия и отношения сознания, присущего свободной творческой личности человека (активно управляющему субъекту)» [Дятлов С.А., 2000].

Не вызывает сомнения, что информация, которой обмениваются члены общества, обязательно связана с отражением реальности. Еще Н.Винер понимал под информацией обозначение содержания, которое получается из внешнего мира в процессе приспособления к нему человека. При этом следует подчеркнуть разницу в отношении к поиску и обработке информации человека и машины.

Компьютер, бесспорно, значительно быстрее обрабатывает информацию, чем человек, но это касается только замкнутой системы. С внешним миром человек работает намного эффективнее.

Б.Рассел считал информацию определенной неопределенностью [Рассел Б., 1957; по Владимиров В.М., 2006: 11]. В.М.Владимиров продолжил разработку этого определения. С его точки зрения, информация появляется как вследствие акта понимания. Именно при этом происходит отражение реального мира в сознании человека [Владимиров В.М., 2006: 11].

Другой украинский ученый А.Скаленко считал, что «информация — идеально-объективный, в функциональном плане гуманитарно-социальный феномен или сущность человека разумного, человека активно-творческого, человека духовно-морального, человека социально-экономического» [Скаленко О., 1997: 30; по Яцимірська М., 2000: 369]. Таким образом, он является представителем функционального подхода и связывает информацию только с деятельностью человека.

Мы уже несколько раз вспоминали о теории информации. Теперь попробуем остановиться на ней более детально. В узком смысле теория информации — это математическая теория передачи сообщений в системах связи. Возникла она после работ американского учено-

го К.Шеннона. Основные ее постулаты таковы. Сообщения (точнее, их коды) поступают из источника информации через канал связи в приемник информации. Эти сообщения изменяют систему знаний (тезаурус) приемника, уменьшают уровень его разнообразия, неопределенность, который измеряется энтропией. Энтропия системы сообщений определяется их вероятностями как среднее значение логарифмов величин, какие обратные к этим вероятностям. Измерять среднее количество информации можно по уменьшению энтропии приемника в результате изменения его представлений. Кстати, отсюда идет и единица измерения информации. Она задается количеством информации о том, какое из двух равновероятных событий реализовалось, и называется бит (начало и конец английского словосочетания binary digit (бинарный разряд). Теория информации получила развитие в кибернетике. Именно с помощью теории информации удалось научно доказать общеизвестный принцип кибернетики о том, что разнообразие системы управления должен быть не ниже разнообразия объекта, который управляется этой системой [Социологическое исследование, 1991. — Т. 4: 310-311].

К.Шеннон использовал термин «информация» в узком техническом смысле. Он считал, что это коммуникация и связь, в процессе которой устраняется неопределенность [Шеннон К., 1963]. Значительно шире подход Н.Винера, для которого информация была важной составляющей всех процессов природы и общества.

Но все определения (можно назвать еще Эшби — передача разнообразия, Бриллюен — отрицание энтропии, Яглом — вероятность выбора) не имеют общепризнанного научного статуса. Не зря Т.Стониер утверждал, что «живя в обществе, которое мы сами называем информационным, мы, тем не менее, не знаем, что такое информация» [Негодаев И.А., 1999].

Много полезного дали споры относительно природы информации. Они «обнаружили не только противоположные точки зрения... но и привели к развертыванию системы аргументов в интересах концепций, которые защищались, дали ряд важных результатов как для философии, так и для кибернетики, математики, других отдельных наук» [Урсул А.Д., 1978: 109]. Одним из результатов было возникновение идеи относительно двух качественно разных видов информации — докибернетического и кибернетического. Почвой для этой теории служит утверждение о разнице информативной природы живой и неживой материи.

Например, Д.И.Дубровский интересно трактует разницу между сигналом и информацией. Он отмечает, что эта разница лежит в основе выделения двух процессов — того, который происходит на допсихическом уровне и уровне человеческой психики. На уровне кибернетической системы, которая еще не достигла высот психического развития, сигнал и информация слитны воедино и используются вместе. Что же касается системы, которая имеет способность к психическому управлению, «то на уровне психического управления происходит как бы раздвоение единого, выделение информации из сигнала, которое осуществляется в субъективной форме (что равнозначно возникновению субъективной формы отражения)» [Дубровский Д.И., 1976: 236].

В целом, когда идет речь об информации в докибернетических системах, рядом авторов выражается мысль о том, что лучше было из-

менить в этом случае термин «информация». Р.Акоф и Ф.Эмери замечают, что К.Шеннон, который позаимствовал термин «информация» из трудов Хартли 1928 г., употреблял его «преимущественно в ограниченном (техническом) смысле... Вопреки своей терминологии Шеннон занимался тем, что можно назвать количеством переданных сообщений, а не количеством сообщенной информации» [Акофф Р., Эмери Ф., 1974: 147]. К.Черри высказался еще более категорично: «В некотором смысле жаль, что математические понятия, которые идут от Хартли, вообще были названы «информацией» [Cherry C., 1957. — P. 154]. Относительно того, как называть это явление в кибернетических, то есть и в социальных системах, то здесь споров нет. Дискуссии идут только вокруг содержания понятия «информация». Н.Винер считал, что «информация — это обозначение содержания, которое получается из внешнего мира в процессе нашего приспособления к нему и приспособления к нему наших чувств» [Винер Н., 1968: 31]. Г.Кастлер называл информацией случайно запоминаемый выбор варианта из многих возможных и равноправных, а А.Д.Урсул понимал информацию как отраженное многообразие [Ващекин Н.П., Абрамов Ю.Ф., 1990; по Журавлева Е.Ю., 2002: 14]. Другие авторы высказывают такие точки зрения: «информацией называется всякое сообщение или передача сведений о чем-либо, что предварительно не было известно» [Анисимов С.В., 1958: 3]; «информацией являются все те данные о внешнем мире, которые мы получаем как путем непосредственного влияния на наши органы чувств окружающих предметов и явлений, так и непосредственным путем через книги, газеты, рассказы других людей» [Ровенский З., Уемов А., Уемова Е., 1960: 63]; «информация является отражением в сознании людей объективных причинно-следственных связей в окружающем нас реальном мире» [Берг А.И., Черняк Ю.И., 1960: 24]; «информация — это содержание процессов отражения» [Елчанинова О.В., 1969: 231]; «мы будем употреблять термин «информация» для обозначения любых сведений» [Михайлов А.И., Чорный А.И., Гиляровский Р.С., 1968: 47].

Часть исследователей считают, что вообще у понятия «информация» нет универсального определения. То есть это можно использовать и как синоним данных, и как синоним знаний. Однако определяющим является то, меняет ли новое сообщение картину мира у потребителя информации. Хотя есть и более узкое определение информации: «сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах, независимо от формы их представления» [Глоссарий...].

Многие определения, в том числе данные учеными-кибернетиками, страдают неопределенностью. Например, «одно из самых общих понятий науки, которое обозначает определенные сведения, совокупность каких-то данных, знаний и т.д.» [Энциклопедия кибернетики, 1973: Т. 1, 445; по Партико З.В., 2001: 14].

Д.Иванов четко разделяет сообщение (или послание), интерпретацию (или восприятие) и коммуникацию. «Сообщение (message) — это «вещь», то есть передаваемый продукт интеллектуальной деятельности человека; интерпретация — это «мысль», то есть приобретаемое знание; коммуникация — это лишь операция передачи, трансляции» [Иванов Д., 2000: 10]. Но, по мнению исследователя, именно операция трансляции, является в этой триаде определяющей. Он считает, что сегодня знаний

создается ничуть не больше, нежели в Средневековье, однако значительно возросло тиражирование этих знаний, т.е. передача сведений об интеллектуальном продукте. И за понятием информация в основном кроется именно коммуникация. Информация сегодня операциональна, она служит причиной и обоснованием действий. Причем информация — это не только ресурс, но, прежде всего, стимул деятельности. И общий вывод: «Информация — это коммуникация, операция трансляции символов, побуждающая к действию» [Иванов Д., 2000: 11]. Исследователь использует оригинальную систему доказательств (в частности, приоритет в информационной революции Интернета, как канала коммуникации, а не электронных банков данных или искусственного интеллекта), однако, по-видимому, нельзя смотреть на феномен информации односторонне. Смешивание предмета и канала сообщения вряд ли может помочь в научных поисках. Четкая структуризация необходима, т.к. именно она помогает при детальном изучении объекта.

Сообщение вообще часто определяется как одно из значений понятия «информация». Но при этом дается отличие от понятия «коммуникация» [напр., Ахмадулин Е.В., 2006: 21-22].

Разнообразие интерпретации понятия «информация» связано с целями каждой конкретной науки. Например, теория информации рассматривает данный термин только в рамках своих задач. По Дж.Пирсону «термин «информация» наделяется целиком конкретным содержанием, которое дает возможность применения количественной меры, как раз поэтому основной отраслью, в которой используются результаты теории, остается техника связи». И, резюмирует Дж.Пирсон, «далеко не все, что может быть связано со словом «информация», подвластно шенноновской теории» [Пирсон Дж., 1967: 6; по Литвиненко О., 1996: 6].

Ф.И.Шарков рассматривал информацию как основной элемент коммуникативных систем и понимал ее, прежде всего, как «комплекс сведений, необходимых для успешного функционирования коммуникативной системы» [Шарков Ф.И., 2003: 129]. Он считал, что информация появляется тогда, когда происходят какие-либо изменения. И тут информацией являлась «передача сообщений между передающей и принимающей системами, которая, как правило, приводит к изменению состояния принимаемой системы... В самом общем понимании, информация — это количество составляющей непредсказуемости, содержащейся в сообщении» [Шарков Ф.И., 2003: 134-135]. В целом, исследователь был сторонником атрибутивного подхода к природе информации. Он определял ее как «сведения, передаваемые людьми друг другу устным, письменным или другим способом. В коммуникативистике это понятие распространяется на обмены сведениями между человеком и автоматом, автоматом и автоматом, а также и на сигнальные связи в животном и растительном мире» [Шарков Ф.И., 2003: 172]. Таким образом, информация определялась как одно из всеобщих свойств материи.

Исходя из потребностей теории массовой коммуникации определение информации рассматривал В.М.Березин. Он считал, что наиболее корректно ее определить как «уменьшаемая (снимаемая) неопределенность в результате получения сообщения» [Березин В.М., 2003: 56].

С точки зрения журналистики изучала проблему Д.Дуцик. Она разделила понятия «информация», «коммуникация» и «общение», сделав ударение

на атрибутивном подходе российских исследователей, которые определяли информацию «как атрибутивное качество материи, меру ее организации, отображение разнообразия в явлениях живой и неживой природы» [Основы теории коммуникации, 2003: 28; по Дудик Д., 2005: 53].

Вообще, в журналистике также нет устоявшегося понимания информации. Одни считают, что это содержание новости, другие понимают информацию как меру для среднего информационного содержания, т.е. как определяемую, статистическую величину [Этика СМИ, 2003: 21].

Большинство ученых в своих определениях подчеркивают неоднозначное восприятие понятия «информация», т.е. дают сразу несколько различных определений. Например, у С.В.Бориснёва информация это: «1) сведения, передаваемые устным, письменным или другим способом и воспринимаемые людьми или специальными устройствами; 2) обмен сведениями между людьми, между человеком и автоматом, автоматом и автоматом, а также обмен сигналами в животном и растительном мире, передача информации от клетки к клетке, от организма к организму... Информация — сообщение, проходящее между передающей и принимающей системами, что ведет к изменению разнообразия состояния последней» [Бориснёв С.В., 2003: 232, 253].

С точки зрения коммуникативистики можно разложить понятие «информация» на собственно информацию, информацию в значении власти, информацию как источник развития, информацию как парадокс. В коммуникативистике понятие «информация» отличается от исходного, т.е. «сведения, передаваемые людьми друг другу устным, письменным или другим способом (с помощью условных сигналов, жестов и технических средств различных типов)» [Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика..., 1999: 72-73]. Тут это определение распространяется на обмен информацией между человеком и автоматом, автоматом и автоматом, на сигнальные связи в растительном и животном мире. Л.М.Землянова считает, что коммуникативисты стоят на позициях атрибутивного подхода и считают информацию одним из всеобщих свойств материи, наряду с движением, временем и пространством. Что касается определения информации как властной силы, то тут в коммуникативистике существуют четыре подхода. Сторонники первого, идеалистического, считают, что ключ в спасении человечества лежит в налаживании информационных связей. Прозелитационный подход предусматривает объединение вокруг определенных идей при помощи информации как средства пропаганды. Третий подход рассматривает информацию как товарно-экономическую силу, влекущую народы на путь вестернизации. И, наконец, информацию можно рассматривать как отдельную силу в международных отношениях. Кроме того, существует еще концепция информации как источника человеческого и социального развития. Она противостояла концепции свободного потока новостей. Оба этих подхода относятся к периоду «холодной войны». Определенное место в коммуникативистике занимает концепция информационного парадокса. Ее суть можно выразить так: больше информации = меньше информации. Это означает, что в условиях свободного рынка и коммерциализации медиа могут усилиться тенденции стандартизации и обеднения содержания информации [Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика..., 1999: 73].

Е.Горный попробовал перечислить основные определения информации. Вот что у него получилось: «сообщения о фактах или событиях; любые сведения о каких-либо ранее неизвестных объектах; содержательное описание объекта или явления; передаваемое или получаемое знание; результат выбора; содержание сигнала, сообщения; меру разнообразия, отраженное разнообразие; различие, которое создает различие; сущность, сохраняющуюся при вычислительном изоморфизме; субстанцию, которая не теряется при взаимодействии объектов; уменьшаемую неопределенность; меру сложности структур, меру организации; положительную либо отрицательную энтропию; результат отражения реальности в сознании человека, представленный на его внутреннем языке; семантику и прагматику языка представления данных; последовательность нулей и единиц; и многое другое» [Горный Е., 2001]. Сам же Е.Горный писал, что «информацией можно считать всякое значимое изменение формы или, другими словами, любые материально зафиксированные следы, образованные взаимодействием предметов или сил и поддающиеся пониманию. Информация, таким образом, это превращенная форма энергии. Носителем информации является знак, а способом ее существования — истолкование: выявление значения знака или последовательности знаков». Е.Горный считал, что информация придает форму, «во-первых, некоторому смыслу, который, будучи изначально бесформенным и невыраженным, существует лишь потенциально и должен быть «построен», чтобы стать воспринимаемым и передаваемым. Во-вторых, человеческому уму, который «воспитывается» и «обучается» мыслить структурно и ясно. В-третьих, обществу, которое именно благодаря тому, что его члены разделяют эти смыслы и совместно их используют, обретает единство и функциональность [Горный Е., 2001]. Конечно же, подобные истолкования удобны тем, что они охватывают все виды информации, однако его неудобство заключается в том, что сложно выделить и отделить информацию от других явлений, и дефиниция, таким образом, теряет смысл. Кстати, Е.Горный обращает внимание ещё на одну интересную проблему: ведет ли рост количества информации к уменьшению или к увеличению энтропии. Т.е. что будет в результате информационного взрыва: расширение возможностей человека и общества или потеря смысла в океане информации.

С.Г.Корконосенко привел трактовки понятия «информация» исходя из потребностей журналистики: «1. Информация как собственность, товар порождает «парную» ей предпринимательскую журналистику... 2. Информация как сведения о лицах, событиях, фактах и т.д. отражается в журналистике, представляющей собой поток фрагментарных фактологических сообщений («голые факты»)... 3. Информация как функция бурно прогрессирующей техники и информационно-коммуникативных технологий побуждает рассматривать журналистику исключительно в системе массовых коммуникаций, где циркулируют так называемые информационные продукты, но не плоды творческой познавательной и духовно-созидательной деятельности человека... 4. Информация как знание, т.е. как систематизированное отражение свойств объективной действительности, принципов и форм ее устройства и развития обнаруживает себя в журналистике размышлений, анализа, поиска взаимосвязей между разрозненными фактами... 5. Информация как явление

духовной жизни, как «приращение» потенциала человека в интеллектуальном и нравственном измерениях соотносится с журналистикой, которая выражает и усиливает этот потенциал...» [Корконосенко С.Г., 2004: 17-18]. Исследователь считает, что нельзя отказываться ни от одной из этих трактовок, а также нельзя их делить на главные и второстепенные.

Пойти путем простого перечисления пробовали и некоторые другие исследователи информации. Так, А.В.Соколов приводил такие общепринятые определения информации: «1) сведения, сообщения о чем-либо, которыми обмениваются люди; 2) сигналы, импульсы, образы, циркулирующие в технических (кибернетических) устройствах; 3) количественную меру устранения неопределенности (энтропии), меру организации системы; 4) отражение разнообразия в любых объектах и процессах неживой и живой природы... информацией именуется абстрактный концепт, физическое свойство, функция самоуправляемых систем; информация объективна и субъективна, материальна и идеальна, это и вещь, и свойство, и отношение» [Соколов А.В.]. Сам исследователь справедливо отмечал несовместимость подобных трактовок, однако дал не менее противоречивое собственное определение: «Информация — инструментальное понятие информационного подхода, содержание и объем которого переменны и зависят от изучаемых коммуникационных и организационных явлений. Говоря попросту, информация — это информационный подход к коммуникации и организации. Информация и информационный подход образуют единство, состоящее в том, что информационный подход обязательно связан с использованием понятия информации, а информация не существует вне информационного подхода».

Господствующее у зарубежных ученых точки зрения на информацию хорошо систематизировал Ф.Махлуп: 1) информация является процессом передачи знаний, сигнала или сообщения; 2) информацией являются текущие данные о переменных величинах в некоторой отрасли деятельности, систематизированные сведения относительно основных причинных связей, которые содержатся в знании как понятия более общего класса, по отношению к которому информация является подчиненной; 3) информация является знаниями, которые переданы кем-то другим или приобретены путем собственного исследования или изучения; 4) информация является знанием о какой-то личности, событии, случае или что-то подобное [Махлуп Ф., 1966: 36-37].

Иная систематизация принадлежит Ф.Уэбстеру. Он проанализировал, какое представление о природе информации было у классиков информационного общества. При этом, по мнению Ф.Уэбстера, игнорируется семантический, согласующийся со здравым смыслом, подход к информации, т.е. что «информация имеет смысл; у нее есть предмет; это либо сведения о ком-то или о чем-то, либо руководство к действию». Вместо этого согласно теории К.Шеннона и У.Уивера «информация есть количество, измеряемое в «битах», и определяемое как вероятности частотности символов. Эта дефиниция возникла из потребности инженеров коммуникационных технологий, которые заинтересованы в измерении хранимых и передаваемых символов, основанных на системе двоичного исчисления (включить-выключить, да-нет, 0-1)». Таким



образом, из определений исчезают вопросы о смысле и качестве информации. Ф.Уэбстер пишет, что «В обыденной жизни, получая информацию или обмениваясь ею, мы в первую очередь оцениваем ее значение и ценность: существенна ли она, точна ли, нелепа, интересна, компетентна или полезна? Но для теории информации, которая лежит в основе многих измерений информационного взрыва, эти параметры не существенны. Эта теория дает определение информации независимо от ее содержания, рассматривает ее как часть физического мира вроде энергии или материи». При этом цитируется определение Т.Стоуньера: «Информация существует. Чтобы существовать, она не нуждается в том, чтобы ее воспринимали. Чтобы существовать, она не нуждается в том, чтобы ее понимали. Она не требует умственных усилий для своей интерпретации. Чтобы существовать, ей не требуется иметь смысл. Она существует» [Уэбстер Ф., 2004: 34-36].

В.З.Коган выделил из всех определений общие моменты. Это четыре компонента: 1) процесс познания чего-то, о чем передается информация; 2) того, кто передает информацию; 3) того, кто воспринимает информацию; 4) самой информации [Коган В.З., 1991: 18].

Естественно, существуют и достаточно экзотические попытки охарактеризовать понятие «информация». Воронежский ученый Е.А.Цуканов считает, что информация — это вода. При этом он опирается прежде всего на то, что «язык не может ошибаться», а в качестве доказательства приводит словосочетания «информационный потоп», «лавины информации», «море информации», «захлебнуться в потоке информации», «слить информацию», «лить воду», «переливать из пустого в порожнее», «растекаться мыслью по древу», «утечка информации», «черпать информацию», «сырая информация», «жажда информации», «просочилась информация», «впитывать информацию», «выудить информацию», «любящая речь», речь=речка, радио-, телеволны, «как в рот воды набрал». Из этого делается вывод о возможности выделения у воды, помимо жидкого, твердого и газообразного состояния, еще одного, наитончайшего — инфосостояния [Цуканов Е.А., 2002: 54-58].

Можно сделать вывод, информация — это какое-либо новое знание, которое передается от источника к приемнику информации. Актуальной проблемой является изучение взаимодействия и взаимовлияния между информацией и тем, что ее вызывает. Действительно, какие-то свойства неживой природы являются потенциальной информацией, но становятся ею только после того, как о них приобретает знание человек. Здесь можно согласиться с Ю.И.Черняком, который отмечает: «информация — это не вещь, это и не атрибут вещей или явлений. Говорить об информации, содержащейся в каком-то экономическом документе, который рассматривается сам по себе, так же безосновательно, как и об информации, которая содержится в какой-то картине, на которую никто не смотрит. Правоммерно пользоваться понятием информации только в том случае, когда мы имеем дело с системой: более того, информация является неотъемлемой принадлежностью этой системы» [Черняк Ю.И., 1967: 21].

В.Н.Тростников считал, что «без наличия потребителя, хотя бы мнимого, говорить об информации не имеет смысла» [Тростников В.Н., 1970: 15]. Он подчеркивал, что те, кто считает, что информация существует сама по себе, якобы повторяют ошибки химиков XIII ст., которые

верили у существования теплорода — особого материала огня, и полагали, что процесс горения является выделением этого материала. В настоящий момент мы знаем, что теплота является следствием химической реакции между разными веществами и зависит от них. Аналогия с информацией просматривается достаточно прозрачно. Если говорить об информации, которая возвращается в обществе, то ее разделяют на семантическую и эстетичную. Семантической является «информация, которая подчиняется универсальной логике, имеет структуру, допускает точное представление, которую можно перевести на другие языки». Эстетическая — это «информация, которую не можно перевести, которая относится не к универсальному набору символов, а только к набору знаний, общих для приемника и передатчика; она теоретически не переводится на другой «язык» или в систему логических символов потому, что другого такого языка для передачи этой информации просто не существует» [Моль А., 1966: 203].

Но это только одна из многих предлагаемых схем классификации информации. В.З.Коган попробовал охарактеризовать эвристическое функционирование информации в обществе такими признаками: размах циркуляции, время циркуляции, направление движения, эмоциональная раскраска информации, способ производства, цель производства. Посмотрим, как характеризуются эти составляющие.

Размах циркуляции. От минимального (межличностного) к максимальному (глобальному).

Время циркуляции. От минимального (однократного) к практически неопределенным временным границам.

Направление движения. Горизонтальное (между индивидами или группами одного социального уровня) или вертикальное (между индивидами или группами, которые находятся в иерархических отношениях).

Эмоциональная окраска. Она, как правило, имеет императивный характер при движении сверху вниз, условный — при движении снизу вверх, а также при горизонтальном движении.

Способ производства. Он может быть как персонифицированным, так и безличностным. В первом случае отношение выражается непосредственно, во втором — опосредствовано.

Цель производства. Цель единственная — это влияние. Она может носить разный характер: идеологический, экономический, эстетичный, какой-то другой [Коган В.З., 1991: 28-30].

При рассмотрении процесса передачи информации или инфо-процесса важно выделить главные этапы возникновения и прохождения информации. В целом верную схему предложил Б.В.Бирюков. Она включает в себя:

- 1) источник информации, который порождает сигналы, которые несут какое-то сообщение;
- 2) кодировка сообщения для передачи по каналу связи;
- 3) передача по каналу связи;
- 4) декодирование сообщения;
- 5) разные операции по переработке сообщения;
- 6) выдача сообщения абоненту [Бирюков Б.В., 1974: 23].

Нужно только сделать ряд уточнений. Прежде всего, они касаются источника информации. Под ним нужно понимать не только коммуни-

катора, но и события, которые вызвали потребность в коммуникации. Потом последний этап — это не выдача информации абоненту, то есть аудитории, а все же еще и тот эффект, который сделало появление информации, то, как она сработала.

Интересны размышления о природе информации С.Янковского. Он проводил параллель между взаимодействием (обменом) веществом, энергией и информацией. Известно, что при обмене веществом и энергией действует закон сохранения, т.е. количество составляющих не изменяется. Обмен информацией в этом смысле сильно отличается от других видов взаимодействий. Ученый сделал вывод: «Любое взаимодействие между объектами, в процессе которого один приобретает некоторую субстанцию, а другой ее не теряет, называется информационным взаимодействием. При этом передаваемая субстанция называется Информацией» [Янковский С.].

Нужно специально остановиться на процессе кодировки информации. При этом информации предоставляется такая форма, которая делает ее понятной для всех членов того или иного общества.

«Познавательная деятельность человека невозможна без знаков, если даже она и не сводится к операции знаками. Образно выражаясь, человек окружает себя миром знаков, чтобы понять и усвоить мир предметов» [Коршунов А.М., Мангатов В.В., 1974: 143]. Но в принципе это необязательно должна быть семиотическая знаковая система, телевидение в настоящий момент активно прорабатывает систему передачи образами.

При этом следует заметить, что образ и знак это не тождественные понятия. Если образ передает предмет в целом, то знак заменяет его в информационном ряду. Знак не является способом прямого выражения информации, она содержится в нем опосредовано. Но знаковая система очень удобна тем, что, во-первых, носит универсальный характер, то есть адекватно понимается разными людьми, во-вторых, легко передается всеми современными средствами связи.

Следует заметить, что, согласно К.Шеннону, количество информации, которую получаешь, тем большее, чем меньший запас информации по этому поводу ты уже имеешь. Это, конечно, не значит, что если в сообщении нет новой для потребителя информации, то это не информация. Информационный характер сообщения сохраняется, потому что его цель была сообщить информацию. Нужно отметить, что семантическая модель приема информации значительно отличается от статической модели К.Шеннона. На это обратил внимание Ю.А.Шрейдер, который занимался проблемами машинного перевода. Он подчеркнул, что формальная модель, которая позволяет описывать процесс семантического анализа текстов, должна содержать описание тезауруса — представления некоторого наблюдателя о внешнем мире. Сам процесс смыслового восприятия текста здесь понимается как изменение тезауруса под воздействием данного текста [Шрейдер Ю.А., 1963: 210].

Таким образом, статическая модель информации заключается в том, что «чем меньше знаешь к получению информации, тем более узнаешь после него», а семантическая отвечает такой формуле: «чтобы знать, нужно принять и понять, чтобы понять, нужно знать». Как видим, первый модуль больше отвечает состоянию технических систем, второй — состоянию человека.

Вообще, в человеческом обществе информация играет все более важную роль. Некоторые ученые считают, что информация по своему объему и важности является продуктом, который можно сравнить со всеми другими продуктами нашей цивилизации. От ее запасов и упорядоченности зависит способ решения той или другой проблемы. То есть она первичный продукт, который нужно переработать для получения других продуктов [Теоретические проблемы информатики, 1968: 50]. Они предлагают считать переработку информации первым промышленным циклом. Причем производство информации касается всего общества. Как справедливо подчеркнул Б.И.Шенкман, духовный труд является выражением человеческой общности, она должна рассматриваться как всеобщая форма деятельности. Любое открытие является «непосредственным результатом всеобщего труда и вместе с тем предпосылка всеобщего труда» [Шенкман Б.И., 1966: 117, 122]. Здесь нужно отметить такое важное обстоятельство. Дело в том, что производство информации все время увеличивается. Это закономерный процесс и бороться с ним — все равно, что воевать с ветряными мельницами. Но появляется проблема потребления информации. Человек не может охватить и маленькой частицы того потока, который проходит за разными информационными каналами каждый день. Эту проблему можно решить только путем упорядочения информации, ее сортировки и специализации.

Еще один очень важный вопрос — это информационные потребности общества. Дело в том, что любая, даже самая простая, кибернетическая система нуждается в информации. То есть необходимость в информации является предпосылкой ее потребления. И здесь некоторые ученые пришли к выводу, что процесс эволюции — это процесс увеличения количества информации, и как мозг, который находится без труда, перестает функционировать и погибает, так и общество, где нет постоянного увеличения потока информации, будет деградировать и погибнет. Эта тенденция была названа законом роста информации [Мелик-Шахназарян Б.Б. 1970: 51].

Информационные потребности индивида обусловлены, прежде всего, социальными факторами, а именно уровнем развития общества, той социальной группой, к которой принадлежит индивид. Исследователи считают, что «информационная потребность — это потребность знаний, которая свойственна каждому субъекту, отражает его индивидуальность и получает конкретное выражение в форме информационных запросов [Кузнецов О.А., Лях А.Н., 1973: 21]. Если сгруппировать результаты многих ученых, то можно получить такую классификацию информационных потребностей.

1. Инфопотребность — это категория, которая объединяет в себе психо-социально-экономико-информационные черты. Отсюда необходимость комплексного исследования ее средствами психологии (поскольку потребность является проявлением индивидуальных черт личности), социологии (поскольку индивидуальные черты сильно связаны с общественными), экономики (поскольку потребность в информации можно рассматривать как экономическую категорию), информатики (здесь понятно, потому что речь идет об информации).

2. Инфопотребность можно измерять с помощью непрямых методов, в частности выявление интересов потребителей информации [Братко А.А., Кочергин А.Н., 1977].

Важной частью исследования процесса информационного взаимодействия является изучение объекта-потребителя информации. Но здесь есть определенные нюансы. Например, очень интересно исследовать не только потребителя, но и непотребителя информации, выяснить, почему он отказывается или не может принимать участие в информационном процессе.

Попытки таких исследований проводились не только за рубежом. В 80-ые годы появились работы О.Е.Бурого-Шмарьяна. Автор сразу же говорит о том, что каждый человек является потребителем информации. Это действительно так. Он исследует непотребителей научнотехнической и экономической информации [Бурый-Шмарьян О.Е., 1983: 37-89]. Для нас актуальнее исследование непотребителей массовой информации.

Закончить этот фрагмент хотелось бы прогнозом Л.А.Петрушенко: «Человечество закономерно приступает к научному объяснению информационного взаимодействия только после того, как оно уже накопило необходимые знания о механическом и энергетическом взаимодействии систем. Однако нельзя думать, что вследствие изучения этого нового вида взаимодействия наши представления об информационных системах останутся постоянными и в последующем существенным чином не изменятся. Более правильно предусматривать, и это подтверждается историей науки, что так же как на смену механической пришла энергетическая картина мира, так и последняя постепенно уступит место ... информационной картине мира» [Петрушенко Л.А., 1971: 68].

## Информация и знание

Актуальным остается вопрос взаимоотношения и взаимосвязи информации, данных, знания. Знание вообще играет важную роль в функционировании общества. К.Поппер считал, что знание, зафиксированное в книгах и других носителях информации, является третьим миром (первый мир — физический, второй — состояния сознания) [Роррег К., 1985: 58-77; по Почепцов Г.Г. Теорія комунікації, 1999: 24-25].

Ясно, что эти понятия тесно взаимосвязаны и взаимодействуют. Е.Горный считает, что «информация как выраженный разумный смысл есть знание, которое может храниться, передаваться и являться основой для порождения другого знания» [Горный Е., 2001]. По мнению этого исследователя, информацию от данных (напр., слова, числа) отличает наличие смысла (значения). То есть цепочка выстраивается таким образом: сначала данные; когда данные приобретают смысл, они становятся информацией; информация, структурированная по правилам, определяемым разумом — это знания. Кроме того, выделяется уровень мудрости, синтетически объединяющей все уровни знания.

Трудно согласиться с идеей об отсутствии смысла и значения в данных. Скорее, данные — это «факты, зарегистрированные с помощью

различных носителей», а знания — «результат познавательной деятельности человека» [Глоссарий по информационному обществу]. В целом, все эти определения носят несколько искусственный характер, т.к. не определяют с достаточной четкостью сущностные и отличительные черты рассматриваемых дефиниций. Вообще, часто понятия «информация», «данные», «знания» употребляются исследователями как синонимы.

Такой подход не может быть признан правильным. Между данными, информацией и знаниями есть существенная разница.

Сторонники атрибутивного подхода считают, что если информация — это всеобщее свойство материи, то данные — отдельные сведения, которые помогают при умозаключениях. Они могут передаваться, но не выступать в качестве информации, т.е. не имеют всеобщий характер. Знания ж в свою очередь — это результат познавательной деятельности человека. При этом информация передает знание, которое всегда связано с личностью своего создателя, по сетям связи [Хрестоматия по информатике].

С этим подходом тоже трудно согласится. К сожалению, далеко не всегда знание связано с личностью его создателя, а утверждение о всеобщности информации и отсутствие этого свойства у данных так же представляется спорным.

Скорее, за данные можно принять фрагменты информации, которые несут сведения об отдельных фактах действительности, знанием же является целостная информационная картина чего-либо.

При этом формы передачи знания носят разнообразный характер. Носители могут как сохраняться в людской памяти (напр., мифы), так и иметь материальный характер.

Рядученых (Р.Карнап, И.Бар-Хиллел, Дж.Г.Кемени, Е.К.Войшвилло) работали над логико-семантическими теориями, в которых была сделана попытка разработка модели информации, которая охватывала семантический аспект знания. Т.е. если изначально мы имеем ситуацию с рядом альтернатив, то информация помогает убрать некоторые из них, и это служит уменьшению неопределенности. Причем, чем больше альтернатив убирает высказывание, тем больше информации оно несет [Хрестоматия по информатике].

Ряд ученых фактически отождествляют или, по крайней мере, всячески сближают понятия «информация» и «знание» [напр., Березин В.М., 2003: 56].

В «Современном философском словаре» в частности говорится: «информация об окружающем мире и самом человеке..., некий информационный результат познавательного процесса..., зафиксированная информация, которая с различной степенью достоверности и объективности отражает в сознании человека объективные свойства и закономерности изучаемых объектов, предметов и явлений окружающего мира» [Современный философский словарь, 1998: 299].

«Знание, предназначенное для передачи, трансляции есть информация» [Иващенко Г.В., Науменко Т.В. Массовая информация]. В этом заявлении, даже если принять во внимание ссылку авторов на то, что рассматривается только социологический аспект проблемы, явно сквозит отождествление этих двух понятий. Недаром тут же приводится соответствующее высказывание видного советского философа

В.Г.Афанасьева: «Информация — это знание, но не все знание, которым располагает человечество, а лишь та его часть, которая используется для ориентировки, для активного действия, для управления, т.е. в целях совершенствования качественной специфики, совершенствования и развития систем» [Афанасьев В.Г., 1980: 238; по Иващенко Г.В., Науменко Т.В. Массовая информация].

Однако большинство ученых считают, что знание и информацию отождествлять нельзя (интересно, что некоторые из них при этом опираются снова-таки на высказывания В.Г.Афанасьева). Вологодская исследовательница Е.Ю.Журавлева считает, что «знание только тогда приобретает информационный характер, когда перед системой ставится проблема выбора из многообразия возмущений тех, что полезны системе» [Журавлева Е.Ю., 2002: 17], т.е. по выражению В.Г.Афанасьева «ограничивает внешнее многообразие, одновременно расширяя многообразие внутреннее» [Афанасьев В.Г., 1994; по Журавлева Е.Ю., 2002: 17]. Тут же дается перечисление и некоторых подобных определений знания: «знание — это умение воспринимать и обрабатывать информацию» [по Журавлева Е.Ю., 2002: 17], «информация как превращенная система знания» [Ващекин Н.П., Абрамов Ю.Ф., 1990; по Журавлева Е.Ю., 2002: 17], «информация как данные, собранные и систематизированные в пригодных для использования в компьютерах форме, как движение «сырых данных» через стадию «зрелости» к статусу знания» [Martin W.J., 1988: 39; по Журавлева Е.Ю., 2002: 17-18], «различие между знанием и информацией можно свести к тому, что информация — знаковая оболочка знания, а под компьютерным представлением знания принято понимать информацию, хранимую в машине, формализованную в соответствии с определенными структурными правилами, которые компьютер может автономно использовать при решении проблем по алгоритмам типа логического вывода» [Микешина Л.А., Опенков М.Ю., 1997: 97; по Журавлева Е.Ю., 2002: 18]. Таким образом, часть исследователей особо подчеркивают органическое единство знания и информации.

Однако существует и иная точка зрения. Её представители подчеркивают недопустимость смешения знания и информации. Информация тут может изменять знание за счет новых сведений. Т.е. «отдельная информация, строго говоря, является только данными, которые создают знание исключительно посредством функционального связывания или локализации в упорядоченной сфере информации... Знание основано на определенной организации и иерархии информации, знание является выражением для данной функциональной связи» [Этика СМИ, 2003: 22]. При этом речь идет об открытой системе, т.е. знание может совершенствоваться и расширяться.

И.А.Негодаев считает, что «следует отличать информацию от данных и знания... Данные — это сведения, служащие для какого-либо вывода и возможного решения. Они могут храниться, передаваться, но не выступать в качестве информации. Понятие «данные» отражает совокупность не связанных между собой фактов, которые могут быть превращены в информацию путем их анализа, выявления связей, вычленения наиболее важных фактов и их синтеза. Поэтому информация содержит больше ценности, чем данные. Информация — это данные, преобразованные в значимую форму для их целесообразного

использования. В свою очередь информационные блоки могут путем соответствующей обработки превращены в целостный корпус знаний. Далеко не всякая информация выступает и в виде знания... С одной стороны, понятие информации шире понятия знания... Информация — всеобщее свойство материи, проявляющееся в кибернетических коммуникативных процессах. Знание — результат познавательной деятельности, система приобретенных с ее помощью понятий о действительности. Следовательно, далеко не всякая информация содержит знание. Только информация, которая прошла ряд преобразований, зафиксирована и выражена в языке (звуковом, жестов, рисунка и др.), может рассматриваться как знание. Знание, как идеальное отражение в знаковой форме социальной и природной действительности, в отличие от информации является личностным человеческим феноменом, оно существует в субъективной форме. Информация же существует не только в субъективной форме (форме знания) но и объективно, она отчуждена от непосредственного создателя и закреплена в других материальных носителях. Информация всегда носит «транспортный» оттенок передачи знания по сетям связи, знание же всегда связано с личностью его создателя. С другой стороны, понятие знания шире понятия информации, когда мы понимаем информацию лишь как формализованное знание, а знание как форму существования сознания. Ни один символ или их группа в силу лишь одного физического качества не являются знанием. Для их преобразования в знание они должны иметь смысл и быть основанием для деятельности, включаться в определенные прагматические отношения. Знания представляют собой не процесс или вещь, а особую систему отношений между субъектом и объектом. Знание это возникшее в процессе практического отношения человека к действительности адекватное отражение реальности в чувственных и логических формах, являющееся необходимым условием человеческой деятельности. Знание всегда содержит информацию, но эта «человеческая» информация имеет свои особенности. Она, хотя и является по своей сути формализованным массивом, существует на фоне человеческого сознания. Знание — элемент человеческого сознания. Последнее кроме знания сдержит эмоции, настроения, чувства, волю и т.д. Знание как элемент сознания неразрывно связано с ними, ими окрашено» [Негодаев И.А., 1999]. Таким образом, хотя понятия «информация» и «знание» диалектически связаны, но каждое из них имеет свою специфику.

Свое мнение о классификации информации и знания было у классика теории информационного общества Д.Белла. Он считал, что информация — это «обработка данных в самом широком смысле слова», а знание — «организованный набор фактов или идей, представляющий обоснованное суждение или результат опыта, который передается через какое-либо коммуникативное средство в некой систематической форме» [по Уэбстер Ф., 2004: 43].

А.Соколов попробовал обобщить существующие в науке взгляды на общее и различие в понятиях «информация» и «знание»: «1. Информация — объективный энергетический процесс, который происходит в социуме, в машине или в живом организме, а знание субъективный продукт сознания, явление идеальное. В этом случае остается открытым вопрос об объективизации знания, т. е. превращении его в информацию, ибо



в противном случае другие люди не смогут узнать об идеальных продуктах, выработанных сознанием субъекта; точно так же неясно, как реципиент превращает «объективную» информацию в субъективное содержание своего сознания. 2. Информация — знание в коммуникабельной форме, способ передачи (транспортировки) знания, движущееся знание. Здесь информация — не особое, отличное от знания явление, а обозначение определенного состояния знания, так же как пар — агрегатное состояние воды. На теоретическом уровне странно считать, что знание само по себе «не информация», но оно «превращается в информацию» как только начинает использоваться. 3. Информация — сырье для получения знания, полуфабрикат, суррогат знания; в свою очередь данные выступают в роли полуфабриката информации. Таким образом, между понятиями данные — информация — знание устанавливается то же логическое отношение, что и между понятиями — зерно — мука — хлеб. Но эти логические отношения не есть критерии разграничения, ибо любое знание может выступать в качестве информации, а любые данные представляют собой знание — результат человеческого познания. 4. Семиотические трактовки информации выражаются в двух противоположных, на первый взгляд, суждениях: а) знание — данная в ощущениях информация, принявшая знаковую форму; б) информация — то знание, воплощенное в знаковой форме. Эти суждения совместимы, так как в первом имеется в виду познавательный процесс, а во втором — процесс коммуникационный. Но оба они не полны, поскольку первое выводит за пределы знания чувственные образы, эмоции, желания, неподдающиеся вербализации, а второе то же самое оставляет за пределами информации» [Соколов А. В.]. Причиной отсутствия ясности в этом вопросе ученый называет «некорректный подход: сначала знание замаскировали под информацию, а затем попытались их разграничить. Вывод из приведенных точек зрения можно сделать только один: социальная информация есть знание, точнее — псевдоним знания в рамках некорректного информационного подхода» [Соколов А.В.].

Важной проблемой является также представление знаний. Форма представления должна быть удобна для употребления (восприятия) и не искажать смысл знания. Наиболее употребляемая форма передачи — это язык. Причем язык должен постоянно совершенствоваться, чтобы соответствовать уровню знаний человечества. Если этого не происходит, язык отмирает, т.е. перестает служить средством общения. При этом имеются в виду как естественные, так и искусственные языки. Одним из ключевых понятий является *универсальность* языка. Универсальность не в смысле возможности передач любого знания, как раз наоборот, чем более приспособлен язык для передачи определенного вида знаний, т.е. специализирован, тем он эффективней справляется со своей ролью. Язык должен быть одинаково понимаем коммуникатором и реципиентом, его выражения должны иметь для всех сторон общения одинаковый смысл, иначе уровень шума превысит критический предел, и общение будет разбалансировано непониманием.

Информация при передаче знания несет когнитивный, т.е. познавательный характер. Без получения и обработки такой информации жизнедеятельность живых существ невозможна. Причем информация поступает к живым организмам через все органы чувств. Это

может быть информация и о температуре окружающей среды, и о качестве воздуха, и более сложная. Мозг обрабатывает эту информацию и на основе системы стереотипов вырабатывает соответствующую модель поведения. При этом неадекватная для восприятия конкретной системы информация не может быть эффективно обработана и либо утрачивается, либо приводит систему к ложным выводам.

## Классификация информации

Естественно, для детального изучения информационных явлений необходимо классифицировать информацию, т.е. распределить ее в соответствии с ее свойствами. В.М.Березин выделяет различные виды классификации информации: «объективная и необъективная (гносеология), атрибутивная и функциональная (онтология), потенциальная и актуальная (прагматика)» [Березин В.М., 2003: 57]. Отдельно выделяется социальная информация, которая носит функциональный характер, т.е. присуща исключительно человеку.

Объективной является информация, присущая любому объекту как таковому. То есть по природе своей — это атрибутивная информация. Она несет сведения о состояниях и свойствах любого материального объекта, независимо от того знает субъект об этих свойствах или нет. Субъективная же информация — это сведения, которыми владеет человек о природе, состояниях, свойствах и поведении материальных объектов. Субъективная информация всегда меньше, чем объективная, и процесс изучения представляет собой приближение субъективной информации к объективной. По сути своей — это процесс постижения истины. А.Прозоров определял субъективную информацию, как подвластную нам, т.е. такую, которую человек может получить от окружающих его систем [Прозоров А.]. Без человека такая информация не существует в принципе.

Существует множество классификаций информации. Например, И.В.Мелик-Гайказян делил это понятие на макроинформацию и микроинформацию [Мелик-Гайказян И.В., 1997]. При этом микроинформация связана только с одним состоянием объекта, поэтому она не запоминается или аннигилируется. Но как только состояние объекта меняется, возникают различные варианты состояния и новая информация об этом. Это уже макроинформация. Макроинформация о различных состояниях объекта запоминается, т.е. сохраняется дольше, чем используется [Чернавский Д.С., 2000].

Есть классификация, согласно которой информация подразделяется на структурную (или связанную) и оперативную (или рабочую) [Абдеев Р.Ф., 1994]. При этом Р.Ф.Абдеев считает, что структурная информация присуща всем объектам неживой и живой природы естественного и искусственного происхождения (т.е., по-видимому, речь идет об атрибутивной информации). Причем искусственные объекты появляются как следствие опредмечивания знаний, т.е. благодаря целенаправленной деятельности человека. Оперативная же информация используется в процессах управления в живой природе (по определению автора она

носит несколько более широкий характер, нежели функциональная информация). При этом структурная информация на определенном этапе порождает оперативную, вернее субъект познания извлекает структурную информацию и переводит ее в ранг оперативной.

Р.Ф.Абдеев, опираясь на классификацию В.А.Полушкина [Полушкин В.А., 1967] выделяет три основных вида информации: физическую (или элементарную), биологическую и социальную. При этом физическая присуща процессам отражения в неживой природе, биологическая циркулирует в живой, а социальная передается в процессе коммуникации между людьми. Физическая информация в свою очередь делится на механическую (пространственное перемещение), физическую (тепловое, электромагнитное, гравитационное), химическую (атомно-молекулярный уровень) и ядерную (на уровне элементарных частиц). Биологическая информация разделяется на генетическую, физиологическую, психологическую и мышление (или самопознание). Социальную информацию автор разделяет на массовую (которая несет функцию общения) и специальную (функция созидания) [Абдеев Р. Ф., 1994]. При этом выпадает межличностная информация, а ее составляющие автор, на наш взгляд, безусловно, относит к сфере массовой информации.

С.В.Бориснёв выделял классификацию информации по: 1) формам движения материи (биологическая, социальная); 2) способу передачи (вербальная, невербальная); 3) назначению (личная, массовая, справочная, деловая, официальная/неофициальная, бытовая); 4) качеству (ценная, своевременная, оперативная, актуальная, понятная, логичная, конкретная, однозначная); 5) воздействию на органы чувств (зрительная, слуховая, обонятельная, вкусовая, осязательная, интуитивная); 6) сферам общественной жизни (экономическая, политическая, правовая, культурная, философская, социологическая, управленческая, историческая, психологическая, военная); 7) формам передачи (устная, письменная, текстовая, графическая, звуковая, символическая, кодовая); 8) функциям управления (статистическая, отчетная, аналитическая, контрольная, нормативная, плановая, итоговая); 9) степени доступности (открытая, конфиденциальная); 10) уровню обработки (первичная, вторичная); 11) метрическим свойствам (параметрическая, топологическая, абстрактная) [Бориснёв С.В., 2003: 151]

Вообще-то классификация информации является довольно таки популярным делом. Ею занимаются представители разнообразных наук, в частности юриспруденции. Например, в Украине в законе «Об информации» (1992) были выделены такие ее виды: статистическая, массовая, информация о деятельности государственных органов власти и органов местного и регионального самоуправления, правовая, личная, справочно-энциклопедического характера, социологическая. Найти логику в такой классификации, конечно же, довольно затруднительно.

Нас прежде всего интересует классификация социальной информации, т.е. той, которая циркулирует в человеческом обществе. По характеру распространения логично разделить ее на межличностную, групповую и массовую. Важность такого распределения подчеркивается разными приемами достижения эффективности при распространении различных видов информации.

## Исследования информации

Научные исследования информации, закономерностей ее создания, функционирования, влияния начались сравнительно недавно. Как правило, в литературе в качестве первых разработок называются работы Р.Хартли и К.Шеннона. Хотя, конечно, можно найти гораздо более ранние работы, в которых разрабатывались отдельные информационные аспекты. В журналистике понятие информации активно разрабатывалось в 20-30 гг. прошлого столетия и понималось как описание фактов [Ващекин Н.П., Абрамов Ю.Ф., 1990: 15].

Многие исследования понятия «информация» связаны с философским познанием мира. Тут, прежде всего, стоит упомянуть о дискуссии представителей атрибутивного и функционального подхода к этому понятию. Одни считали, что информация стоит в одном ряду с категориями материи и энергии [напр., Абдеев Р. Ф., 1994: 161], другие, что информация создается самим обществом в процессе его функционирования [напр., Нисневич Ю.А., 2000: 175].

Атрибутивный подход тесно связан с материалистической философией. При этом информация напрямую связывалась с таким свойством материи как отражение. Это позволяло включить информационные явления в материальную картину мира, т.е. представить как полностью физический феномен. При этом отражение и информация фактически использовались как синонимы. Т.е. информация определялась как «содержание (сущность) отражения, отраженное разнообразие, способ существования одной системы через другую [Соколов А.В.]. Для того, чтобы разграничить эти понятия исследователи информации прибегали к определенным усилиям. Например, А.Д.Урсул считал, что «информация включает в себя не все содержание отражения, а лишь аспект, который связан с разнообразием, различием» [по Соколов А.В.].

Крайним проявлением атрибутивного подхода можно считать теории о том, что информация вечна и занимает место в одном ряду с материей, временем, пространством (как вариант, веществом, энергией), что она «как атрибут материи... участвовала в процессах ее самоорганизации, способствуя возникновению живого» [Абдеев Р. Ф., 1994]. Такие взгляды представителей точных наук (в частности, о всеобщности информации) подкрепляются только умозрительными положениями. И атом информации, и страна Инфория скорее всего не задержатся в науке.

Сторонники функционального подхода также неоднородны по своим взглядам. Сторонники кибернетического подхода считают, что информация — это свойство всех самоуправляемых систем (т.е. в том числе биологических, а не только социальных и технических). При этом А.В.Соколов различает две группы сторонников кибернетического подхода. Представители одной отождествляют информацию с сигналом, т.е. содержание с информационным носителем. Другие расширяют поле действия информации и ее формы (напр., связанная, потенциальная, априорная и т.д.).

Часть авторов называет понятие информации как отличительную черту объектов живой природы. В.Н.Михайловский считал, что «специфика жизни связана с наличием информации, с помощью которой... регулярно обеспечивается процесс функционирования системы» [Михайловский В.Н., 1994, по Соколов А.В.], А.И.Ракитов определял жизнь как «способ существования органических систем, основанный на использовании внутренней информации» [Ракитов А.И., 1991, по Соколов А.В.].

Как видим, крайности характерны для отдельных представителей как атрибутивного, так и функционального подхода.

Часть представителей функционального лагеря считают, что сфере действия информации надо ограничить только человеческим обществом. Фактически, при этом происходит синонимизация понятий «информация» и «социальная информация».

Интересно, что точные науки, в рамках которых начиналось изучение информации, постепенно отошли от его использования, и применяют сравнительно редко. Естественно, это замечание не касается классической теории информации. Но и та зачастую занимается в основном вопросами защиты информации, ее очистки (т.е. проблемой шума), защиты, определения ценности, построения информационных систем.

Фактически, представители атрибутивного и функционального направления имеют разные взгляды на природу информации. Атрибутивисты считают, что информация может иметь пассивный характер, т.е. она не нуждается в том, чтобы ее передавали и воспринимали. Пример, годичные кольца в стволах деревьев. Они несут информацию о количестве лет существования дерева, даже если не будет субъекта восприятия этой информации. Р.Ф.Абдеев в заочной дискуссии с Н.Н.Моисеевым приводит такой пример: низкая температура существует объективно и оказывает определенное влияние на все окружающие тела [Абдеев Р.Ф., 1994] (таким образом, он стремится опровергнуть тезис оппонента о том, что температура  $-40^{\circ}\text{C}$  имеет неодинаковое значение для земледельца, туриста, который идет в поход, и аспиранта, занимающегося в библиотеке [Моисеев Н.Н., 1982]). Функционалисты отрицают наличие информации в неживой природе. Для них информация возможна при передаче сигналов в управляющих системах. Естественно, речь идет либо о живой природе, либо о человеческом обществе и технических системах. При этом обязательно наличие источника информации, канала связи и реципиента.

Классический пример функционирования информации в технических системах приводит Б.Гейтс. Он анализирует магистерскую диссертацию К.Шеннона, который доказал, что машина, исполняющая логические инструкции может манипулировать информацией. При помощи электрических цепей компьютера можно выполнять логические операции, где 1 — это истина (цепь замкнута), а 0 — ложь (цепь разомкнута). Б.Гейтс продолжает это исследование. Он на примере выбора полумрака в освещении комнаты анализирует недостатки аналоговых методов сохранения информации и преимущества цифровых [Гейтс Б.].

Интересны исследования математической теории информации. Особо стоит отметить польского ученого М.Мазура, который на основе алгебраической теории отношений изучал процесс передачи информации с помощью сообщений. Таким образом, он пробовал отойти от классичес-

ких теорий связи, при помощи которых исследовали информацию и процесс ее передачи раньше [Мазур М., 1982; по Литвиненко О., 1996: 6-7].

Если Н.Винер и К.Шеннон в своих исследованиях отдавали приоритет каналу связи, М.Мазур — ее содержанию, т.е. информации, то Ю.А.Шрейдер в своей семантической теории информации — приемнику. При этом тезаурус представляет собой знания приемника информации о том, что происходит во внешнем мире и его способность воспринимать информацию. То есть в процессе передачи информации необходимо учитывать знания приемника о том, что связано с предметом информации. Если нет никаких знаний, есть смысл в расширенной информации как о предмете, так и о его предпосылках и возможных последствиях, если же знания имеются, то необходимо ограничиться лишь новыми сведениями для приемника, иначе ценность информации для него будет нулевой [по Хрестоматия по информатике].

Важность прагматического исследования информации (т.е. отношение информации и субъекта, в отличие от семантического подхода, когда изучается отношение информации и объекта) подчеркивал В.М.Березин. При этом он, как и ряд других исследователей изучал неэнтропию, т.е. явление противоположное энтропии, избавляющее информацию от искажений, шумов. Для В.М.Березина информация — является «свойством, обратным к неопределенности» [Березин В.М., 2003: 58]. При этом возможность уменьшения неопределенности называют релевантной информацией. Именно она, по мнению исследователя, продвигает человечество по пути эволюции.

На определенном этапе развития исследований информационных процессов ученые стали предлагать различные науки, в рамках которых, на их взгляд, целесообразно продолжать исследования. Это и информатология, и коммуникативистика, и информалогия, и т.д. Вот как Е.Н.Дубровский излагает информологические параметры информации:

N	Параметры информации	Критерии параметра	Суть критерия
1.	Содержание. Определяет предметную область информации. Непрерывно связано с параметром охвата.	—	—
2.	Охват. Определяет, ограничивает и описывает содержание.	Объем Полнота Достаточность	Общее количество информации. Соотношение между имеющейся и доступной информацией. Возможность достижения цели при наличии доступной информации.

3.	Время. Фиксирует момент или период осуществления информационного взаимодействия.	—	—
4.	Источник. Идентифицирует происхождение информации. Неразрывно связан с параметром охвата.	—	—
5.	Качество. Определяет свойства, отражающие степень пригодности информации для достижения цели.	Адекватность Достоверность Своевременность Ценность Актуальность Новизна Полезность Доступность Защищенность Эргономичность Фасцинация Живучесть	Однозначное соответствие информации отображенному объекту. Отсутствие в информации скрытых ошибок. Поступление информации в пределах того времени, когда она полезна для принятия решения. Важность, нужность информации для принятия решения. Интегрированный критерий, определяющий своевременность и ценность информации в совокупности. Впервые полученная информация. Пригодность информации для определенной цели. Возможность получения информации. Невозможность несанкционированного использования (или изменения) информации. Удобство формы или объема информации. Привлекательность информации. Способность информации сохранять свое качество во времени.

6.	Уникальность. Информация в единственном экземпляре.	—	—
7.	Соответствие потребностям. Необходимость в получении информации для решения конкретных задач.	Пертинентность Релевантность Полнота Точность Проверяемость	Соответствие содержания информации потребности пользователя. Отношение смысловой близости между содержанием информации и запросом пользователя. Отношение релевантной информации ко всей имеющейся. Отношение релевантной информации к общей совокупности релевантной и нерелевантной информации. Доступность источника для подтверждения истинности информации.
8.	Способ фиксации. Закрепление информации на тех или иных носителях.	Статический Динамический	Фиксация информация в вещественном виде. Фиксация информации в виде, пригодном для коммуникации по энергетическим каналам.
9.	Язык. Средство информационного взаимодействия.	Отсутствие языкового барьера Наличие языкового барьера	Фактор, благоприятный для создания, и использования информации, осуществления информационных взаимодействий. Фактор, снижающий возможность создания и использования информации, осуществления информационных взаимодействий.
10.	Стоимость. Овеществленный в продукте (фиксированной информации) общественный труд.	Бесплатная информация Платная информация	Продукт, представляемый производителем в безвозмездном пользовании. Продукт, имеющий цену в денежном выражении и предоставляемый в использование на платной основе.

*[по Хрестоматия по информатике].*



Давая обзор исследованиям информации, необходимо обратиться и к экономическим теориям. Тут прежде всего стоит назвать имена Ф.Махлупа, А.Моля, Дж.Стиглера, Д.Белла. К.Эрроу связывал реориентацию экономической теории с тем, что информация или сигналы имеют экономическую ценность, а их получение и передача несет определенные издержки, и различные индивиды обладают различной информацией. Из этих посылок К.Эрроу, в частности, делает вывод о том, что свободный рынок информации не ведет к эффективному ее распределению и т.д. Концепцию транзакционных издержек разработал Р.Коуз. В ней он рассмотрел функционирование экономики с информационной точки зрения. По Р.Коузу решающую роль тут играет обмен информацией между агентами и стремление преодолеть неполноту информации. Транзакционными издержками при этом являются затраты на обмен информацией для уменьшения ее неполноты и связанной с этим неопределенности. Р.Коуз считал, что образование и размер фирм тесно связаны со стремлением минимизировать транзакционные издержки [Майминас Е., 1997].

В целом, исследования информации развиваются очень бурно. Пришедшее в науку понимание того, что информация носит универсальный характер и касается всех сторон жизнедеятельности как минимум общества, а как максимум всего существующего, дало мощный толчок усилиям различных ученых разных научных специальностей. Следует отметить, что эти усилия носят разрозненный, нескоординированный характер. Создание универсального видения природы информации, процесса ее передачи и функционирования — дело будущего.

## Формы существования информации

В связи с тем, что разные авторы по разному воспринимают понятие «информация», они придерживаются и различных подходов к определению форм ее существования. Ряд авторов связывает понятия «информация» и «жизнь», т.е. считают, что жизнь возможна только при организующей роли информации. Например, А.А.Ляпунов писал, что «жизнь — это высокоустойчивое состояние вещества, использующее для выработки сохраняющих реакций информацию, кодируемую состоянием отдельных молекул» [Ляпунов А.А., 1968: 184; по Абдеев Р. Ф., 1994]. Схожую мысль высказывал Н.С.Кардашев: «жизнь возникает благодаря возможности синтеза особого вида молекул, способных запоминать и использовать сначала самую простую информацию об окружающей среде и собственной структуре, которую они используют для самосохранения, для восприятия и, что для нас особенно важно, получения еще большего количества информации» [Кардашев Н.С., 1977: 45; по Абдеев Р. Ф., 1994]. Эта же идея присуща взглядам Р.Ф.Абдеева, который считал, что «наиболее общее содержание эволюции проявляется в целенаправленном накоплении информации и увеличении ее использования» [Абдеев Р. Ф., 1994]. Причем, по мнению ученого, эта тенденция одинакова и для всех живых организмов, и для социальных институтов.

Другие авторы еще более расширяют поле деятельности информации. Н.Н.Сочеванов полагал, что «информационная составляющая объективно присуща для всех разновидностей систем, начиная от микробов, всего живого мира и кончая неорганической жизнью». При этом поля передачи информации могут быть самыми разнообразными (в т.ч. не фиксируемыми приборами), а информационное поле является вообще вездесущим [Ажажа В.Г., Белимов Г.С., 2001: 125-130; по Журавлева Е.Ю., 2002: 15].

Как видим, общим является положение о возрастании информационных потоков, ее объемов и значения для развития общества и жизни в целом. Необходимым условием для этого является совершенствование технологий накопления и распространения информации [напр., Нисневич Ю.А., 2000: 175], т.е. ее функционирования.

Если рассматривать пространственно-временные параметры информации, то необходимо отметить, что информация существует во времени, но не имеет пространственных характеристик. В пространстве могут существовать документы, на которых зафиксирована информация, а сама она, как и вакуум, не имеет пространственных параметров. При этом информация может копироваться, дублироваться и не изменяться при этом. Имеется в виду, что ее количество может не меняться при передаче и копировании. Это имеет большое значение, особенно в условиях информационного общества. Часть авторов считает, что информация неуничтожима, т.к. не существует в пространстве [Ковалевский В.О. Философские основы...]. А так как ее объем постоянно увеличивается, они делают вывод, что информация накапливается. С этим можно согласиться лишь частично. При уничтожении материального объекта исчезает и информация о нем, если она не зафиксирована на каких-либо других материальных носителях.

Т.е. информацию можно уничтожить при уничтожении всех материальных объектов, на которых она сохраняется.

Интересные размышления об эволюции информационных процессов и их природе принадлежат С.Янковскому. Он построил градацию, исходя из уровня развития материальных объектов. На первом уровне находятся неживые формы материи. Тут взаимодействие происходит на уровне элементарных частиц по законам физики и химии. Как пример информационного взаимодействия С.Янковский приводит каталитическую реакцию. Он считает, что при этом происходит информационное взаимодействие между катализатором и реагентами. При информационном взаимодействии объектов неживой природы выделены три условия: наличие кодов, т.е. материальных или энергетических переносчиков информации (в социологии это документы), аппарата интерпретации, т.е. свойств объекта, которые позволяют воспринимать эти коды, целесообразность для объекта полученной информации, т.е. увеличение вероятности каких-либо изменений в объекте. При простейших живых формах происходит качественное изменение функционирования материального объекта. Он может, перерабатывая вещество и энергию, воспроизводить себе подобные объекты и в конце цикла разрушается (т.е. не так стоек как объекты неживой природы). На этом этапе действуют все условия информационного обмена, присущие неживой природе, и добавляется еще одно — целенаправленность (значимость

для передающего объекта или для его вида). Следующий этап, клеточная форма жизни, характеризуется присутствием молекулы дезоксирибонуклеиновой кислоты (ДНК), которая сохраняет свойства объекта в следующих поколениях. Информационное взаимодействие тут происходит опосредствовано, в частности через некоторые виды молекул рибонуклеиновой кислоты (РНК). Из-за опосредованности возникает проблема кодов, когда коды, при помощи которых передается информация, не совпадают с кодами приема информации. Перекодировка информации ведет к ее возможному искажению. Одним из страховочных механизмов является избыточность информации (простое повторение ее или самовосстановление, т.е. наличие не только кодов, которые несут информации, но и таких, которые на этапе ее приема проверяют состояние передающих кодов и восстанавливают их по мере возможности). На этом этапе вступает в действие фактор дезинформации, когда передаваемая информация целесообразна только для передающего, но не для принимающего объекта (пример, взаимодействие вируса и клетки). Кроме того, выделяется еще информация слежения (тоже переносится при помощи РНК к ДНК) об изменении состояния элементов клетки. В многоклеточных организмах к инструментарию информационного взаимодействия присоединяются нейроны и нервные (рефлекторные) дуги. Новым является и возникновение на этом уровне обобщения информации, т.е. преобразования информации о частных событиях в информацию о большом событии, которое состоит из частных. Кроме того, можно выделить понятие памяти объекта, т.е. сохраняющиеся некоторое время после акта информационного взаимодействия изменения в аппарате интерпретации, и прогнозирования, т.е. имитация получения новой информации. С.Янковский выделяет общее и отличие в плане информационного взаимодействия между живыми организмами и социальными образованиями. Общее тут то, что происходит естественный отбор наиболее жизнеспособных вариантов, а различие в том, что на уровне живых организмов эволюция происходит вследствие изменения ДНК, а в общественных образованиях через развитие возможностей информационного взаимодействия. Социальные образования возможны только в случае согласованности действий их членов. А это невозможно без информационного взаимодействия. Большую роль при этом играет знаковая система передачи-приема информации, прежде всего язык [Янковский С. Концепции общей теории информации]. Конечно, формы существования социальной информации подчиняются иным законам, нежели информации в живой и неживой природе, и позитивисты, чьи взгляды изложены выше, не всегда внимательно к этому относятся.

В целом, необходимо отметить, что информация существует только зафиксированной на материальных носителях. Сама она не имеет материальной структуры, хотя будучи зафиксированной в материальных объектах, может существовать в пространстве и времени и влиять на функционирование как своих носителей, так и других объектов.

## Свойства информации. Информационный взрыв

Нематериальность информации обуславливает особенности ее свойств. Они кардинальным образом отличаются от свойств материальных объектов.

Прежде всего, это то, что вне материальных объектов информация не существует. Некоторые ученые считают, что информация проявляется только во взаимодействии материальных объектов [Янковский С. Концепции общей теории информации]. Это не совсем так. Конечно, информация не только проявляется, но и прямо влияет на взаимодействие объектов. Но, кроме того, она может существовать в «законсервированном» виде, т.е. быть зафиксированной на материальных объектах для использования *ad hoc*.

Важным свойством при этом является фиксируемость информации, т.е. возможность ее идентификации и отличия.

Е.Ю.Журавлева выделяет такие свойства, связанные с фиксируемостью: инвариантность, т.е. возможность передачи информации разными способами при помощи различных знаковых систем, брэнность, т.е. возможность искажения или исчезновения в связи с износом или разрушением материального носителя, транслируемость, т.е. возможность передачи, мультипликативность, т.е. возможность ее размножения и одновременного существования на различных носителях [Журавлева Е.Ю., 2002: 16].

В принципе на этих же свойствах, но иначе их называя, останавливаются и другие ученые. Например, Е.Горный выделяет распространенность и неисчерпаемость [Горный Е., 2001]. Эти свойства особенно важны в сфере экономики, т.к. принципиально меняют производство при переходе от индустриального к информационному обществу. Это не означает, что проблем и противоречий становится меньше, но они становятся другими. Это проблемы информационного неравенства, защиты авторского права, информационных перегрузок и т.д.

Согласно взглядам Т.Стоуньера информация похожа на капитал, т.к. ее можно накапливать и хранить для будущего использования. При этом, информационные ресурсы — это основная экономическая ценность. Т.Стоуньер считал, что страна может увеличить свое богатство тремя способами: накопление капитала, захват новых территорий, использование технологий, преобразующих нересурсы в ресурсы. При этом обмен информацией ведет к сотрудничеству, т.к. она не уменьшается при ее передаче, уменьшая при этом энтропию и увеличивая знания людей [по Наджос А.І., 2002].

Е.Майминас выделял свойство неуничтожимости информации при потреблении, возможность ее многократного потребления сразу несколькими пользователями. Информация не расходуется в процессе производства, хотя иногда морально устаревает. Кроме того, выделяется трудность фиксации потребителя информации, т.к. она может быть полезной разным получателям, неразработанность вопроса об оценивании информации, неопределенность полезности информации и критериев ее износа, а также роль фильтров информации [Майминас Е., 1997].

В связи с неуничтожимостью информации при передаче и резкому ускорению ее производства при переходе к информационному обществу остро встала проблема перенасыщенности информации, трудностей при поиске адекватной задаче информации, всего комплекса проблем, связанных с информационным взрывом. Ученые приводят данные об ускорении производства информации (с начала нашей эры для удвоения научных знаний потребовалось 1750 лет, второе удвоение последовало в 1900 г., третье — 1950, на конец XX в. удвоение следует через каждые двадцать лет [Негодаев И.А., 1999]), резком увеличении ее объема (в одном сегодняшнем номере «Нью-Йорк таймс» содержится больше информации, нежели средний англичанин XVII в. получал за всю жизнь [Лось Й., 2000: 172]). Честно говоря, методика подобных подсчетов вызывает вопросы, но несомненным является общий вывод: резко выросший объем информации породил проблему информационного выбора.

Суть информационного кризиса в проблеме выбора нужной информации в условиях ограниченных возможностей ее восприятия.

В целом, свойства информации как объекта идеального, сильно отличаются от свойств материальных объектов. Это приводит к кардинальным изменениям в процессе производства при переходе от индустриального к информационному обществу. Основное значение тут имеет неуничтожимость и неизменяемость количества информации при ее передаче от производителя к пользователю, и в дальнейших обменах информацией. При этом возникают проблемы фиксирования, адекватного восприятия и использования информации, ее износа и потери. Важной проблемой остается определение стоимости информации, ее потребительской ценности.

## **1.2. Понятие коммуникации и массовой коммуникации. Составляющие массовой коммуникации**

### **Понятие «коммуникация»**

Термин «коммуникация» нельзя назвать устоявшимся. Существуют множество подходов и определений. Американские исследователи Ф.Дэнс и К.Ларсон проанализировали 126 определений этого термина [Dance F., Larson C., 1976; по Шарков Ф.И., 2003: 15]. Хотя среди исследователей есть согласие по поводу происхождения термина, от латинского слова *communicatio*, что означает сообщение, передача. В связи с этим, называются также термины *communicator* — участник, *communico* — делать общим, принимать участие, *communio* — общность, соучастие, *communicatio* — общение, связь, *communicare* — делать общим, сообщать, передавать.

Довольно интересное исследование этимологии термина произвел Д.Д.Питерс. Он считал, что «коммуникация» прежде всего означает надление кого-то чем-то, т.е. изначально устраняется диалоговая форма. Communicate тут причаститься, а communicant — причащенный. «Коммуникация» по Д.Д.Питерсу означает также 1) связь, соединение (причем в широком смысле этого слова: от транспортной до половой), 2) перемещение, передача, 3) обмен, т.е. двустороннее перемещение (тут уже предусматривается взаимодействие), 4) двусторонний разговор, которому присущи доверие и открытость, 5) общий термин для взаимодействия с помощью символов, 6) (тут Д.Д.Питерс цитирует выдающегося американского психолога Ч.Г.Кули) «механизм, с помощью которого существуют и развиваются взаимоотношения между людьми — все символы сознания вместе со способами их передачи в пространстве и сохранения во времени» [Питерс Д.Д., 2004: 16-19].

В. Гёмберг отмечает, что термин «коммуникация» встречается еще у античных грамматиков и риторов. Универсальный словарь Цедлера 1733 г. отмечает, что «Communicatio»... — это фигура риторики, в которой оратор особым образом сообщает своё высказывание слушателям и делает вид, что вроде бы слушает их мнения по этому поводу, чтобы с помощью доверия, которое пробудилось у слушателей, привлечь их внимание» [по Гьомберг В., 2011: 194].

К. Мертен на основе анализа научных трудов 1909-1973 гг. собрал 160 значений термина «коммуникация». В основном, коммуникация определялась как односторонний процесс (передача, действие по принципу «стимул-реакция», интерпретация). Реже, как симметрический процесс (обмен, взаимодействие, поведение, участие, отношение, взаимопонимание). Сам К. Мертен дал определение коммуникации, исходя из постулатов теории систем: «наименьшая социальная система с временной, предметной и социальной рефлексивностью, которая благодаря взаимодействию коммуникантов делает возможным рассмотрение действий и дифференцирует социальные структуры» [Merten K., 1977: 163; по Гьомберг В., 2011: 194].

Интересный обзор толкования термина «коммуникация» в русском языке дал А.В.Соколов. В частности он указывает, что в первом словаре иностранных слов «Лексикон вокабулам новым по алфавиту», правленном лично Петром I, среди более 500 иностранных «вокабул» учтена и «коммуникация» в значении «переговор, сообщение». Встречается это слово в писаниях Петра и его сподвижников [1]. В «Толковом словаре живого великорусского языка» В.И.Даля (1881 г.) слово «коммуникация» писалось с одним «м» и толковалось как «пути, дороги, средства связи мест». Именно в этом смысле Н. В. Гоголь писал: «Невский проспект есть всеобщая коммуникация Петербурга». До революции иных значений за термином «коммуникация» не числилось (с начала XX века его стали писать с двумя буквами «м»). Современный «Большой энциклопедический словарь» (М., 1997) указывает два значения: 1) путь сообщения, связь одного места с другим; 2) общение, передача информации от человека к человеку, осуществляющаяся главным образом при помощи языка. Коммуникацией называются также сигнальные способы связи у животных» [Соколов А.В.].

Существует множество определений общения или коммуникации. В.Б.Кашкин интересно отметил, что «определений у коммуникации приблизительно столько же, сколько и авторов работ о ней» [Кашкин В.Б., 2000: 14].

Финский ученый О.А.Вийо насчитал их более 200 [Wiiio O.A., 1981]. Конечно, имеются и расхождения. Тут мы не имеем в виду заидеологизированные определения, например, из «Философского словаря» 1986 года издания: «Коммуникация — категория идеалистической философии, обозначающая общение, при помощи которого «Я» обнаруживает себя в другом... Доктрина коммуникации в целом — утонченная форма кастовых и корпоративных связей. Объективно учение о коммуникации противопоставляется марксистскому пониманию коллектива» [Философский словарь, 1986: 207-208; по Соколов А.В.].

Некоторые ученые рассматривают коммуникацию только как канал обмена сообщениями или средство общения. Это ограниченное понимание коммуникации. Другие необоснованно расширяют это понятие, включая в него все взаимосвязи в природе и обществе. Есть взгляд, что коммуникация — это только одностороннее, однонаправленное общение.

Словари и энциклопедии, как правило, дают несколько определенных термину «коммуникация». Это свидетельствует и о том, что разработки этой дефиниции продолжаются, и о том, что занимаются этим представители самых различных школ и наук. В частности, в одном из словарей коммуникация определяется как «1) средство связи любых объектов материального и духовного мира; 2) общение, передача информации от человека к человеку; 3) общение и обмен информацией в обществе, т.е. социальная коммуникация» [Современная западная социология, 1990: 131; по Бориснёв С.В., 2003: 6]. В другом — «путь сообщения (воздушная, водная и т.д. коммуникация); форма связи (телеграф, радио, телефон); акт общения, связь между двумя и более индивидами, основания взаимопонимания; процесс сообщения информации при помощи технических средств — СМК (печать, радио, кино, телевидение)» [Современный словарь иностранных слов, 1993: 294; по Бориснёв С.В., 2003: 6]. В третьем, коммуникация — это «передача информации от одной системы к другой, посредством специальных материальных носителей, сигналов» [Энциклопедический социологический словарь, 1995: 286; по Бориснёв С.В., 2003: 7]. Как видим, представители разных наук вкладывают различное содержание в понятие «коммуникация». Это закономерно. У каждой науки свой объект исследования, и коммуникация выполняет различные функции в зависимости от этого объекта и методов, которые применяются в данной науке.

Исследователи коммуникационных процессов по разному понимают сам термин «коммуникация». Часть из них стараются придать ему всеобъемлющий характер. Так, Ф.И.Шарков под коммуникацией понимает «и систему, в которой осуществляется взаимодействие, и процесс взаимодействия, и способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать разнообразную информацию». Хотя при этом автор оговаривается, что «сегодня это понятие применяется в двух значениях: 1) путь сообщения, связь одного места с другим (например, транспортная коммуникация, подземные коммуникации); 2) общение, передача

информации от человека (группы) к человеку (группе); специфическая форма их взаимодействия в процессе жизнедеятельности с помощью языка и других специальных форм связи» [Шарков Ф.И., 2003: 5] и чуть далее «сегодня коммуникация представляет собой общение, передачу информации от человека к человеку, от одной системы к другой. Коммуникация также обозначает связь, сообщение, известие, взаимодействие, обмен информацией в обществе, создание и распространение информации, а также средство связи. Кроме того, этот термин используется для обозначения связи любых объектов материального и духовного мира» [Шарков Ф.И., 2003: 13]. Вообще, Ф.И.Шарков выделял три основных интерпретации понятия «коммуникация»: «Во-первых, коммуникация представляется как средство связи любых объектов материального и духовного мира, т.е. как определенная структура. Во-вторых — это общение, в процессе которого люди обмениваются информацией. В-третьих, под коммуникацией подразумевают передачу и массовый обмен информацией с целью воздействия на общество и его составные компоненты» [Шарков Ф.И., 2003: 178]. Как видим, тут сделана попытка обобщить взгляды различных ученых.

Другой российский ученый С.В.Бориснёв определял коммуникацию как «а) средство связи любых объектов материального и духовного мира; б) процесс общения, т.е. передачу информации от человека к человеку; в) передачу и обмен информацией в обществе в целях воздействия на него» [Бориснёв С.В., 2003: 7]. Кроме того, он выделяет три интерпретации этого термина: «а) средство информации; б) передача информации; в) воздействие информацией» [Бориснёв С.В., 2003: 13]. По-видимому, исследователь сделал микс из энциклопедических определений с тем, чтобы выделить три сферы действия коммуникации: природа в целом, межличностное общение, социальная коммуникация.

Д.Дуцик выделяет четыре основных значения термина «коммуникация»: «универсальное, в каком значении коммуникации рассматривается как способ связи любых объектов материального и духовного мира; техническое, которое представляет коммуникацию как путь сообщения, связи одного места с другим, средство передачи информации и других материальных и духовных объектов с одного места в другое; биологическое, широко используется в биологии, особенно в разделе этологии, во время исследований сигнальных способов связи у животных, птиц, насекомых и т.д.; социальное, используется для обозначения и характеристики многочисленных связей и отношений, которые возникают в человеческом обществе» [Дуцик Д., 2005: 52].

При философском анализе различают «1) коммуникацию в широком смысле — как одну из основ человеческой жизнедеятельности и многообразные формы рече-языковой деятельности, не обязательно предполагающие наличие содержательно-смыслового плана. (Таковы некоторые структуры времяпрепровождения и психологические игры в смысле их реконструкции Берном). 2) Информационный обмен в технологически организованных системах — в этой своей ипостаси коммуникация исследуется футурологами. 3) Мыслекоммуникация как интеллектуальный процесс, имеющий выдержанный содержательно-идеальный план и связанный с определенными ситуациями социально-



го действия. 4) Экзистенциальную коммуникацию как акт обнаружения Я в Другом [Коммуникация / Бабайцев А.Ю.].

Психологи представляли коммуникацию как смысловой аспект социального взаимодействия. Основной функцией тут выступает достижение социальной общности при сохранении индивидуальности ее элементов. Кроме того, выделяются управленческая, информативная и фатическая (связанная с установлением контактов) функции. Общение же тут выступает родовой категорией: оно включает помимо коммуникации еще и интеракцию (обмен действиями), а также социальную перцепцию (восприятие и понимание партнера) [Коммуникация, 1998].

В коммуникативистике Л.М.Землянова предлагает определение коммуникации в зависимости от направлений научного поиска. Последователи Г.М.МакЛюэна выдвигают на первый план коммуникации как технические средства связи, представителей социологического направления привлекает коммуникабельность информационных средств межличностных, межгрупповых и международных общений, теологи рассматривают значение коммуникации для создания комьюнити — сообщества людей, объединенных верой и принципами религиозной этики, сторонники семиотического направления анализируют знаковую атрибутику коммуникационно-информационных языков. Объединяет этих исследователей понимание коммуникации «как социально-культурного взаимодействия людей, групп и организаций, государств и регионов посредством информационных связей» [Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика..., 1999: 91]. Л.М.Землянова выделяет также коммуникационный процесс, под которым понимает передачу информации от отправителя к получателю, и коммуникационный труд, т.е. работу, не связанную с непосредственным производством материальных благ. При этом выделяются три формы коммуникации: интраперсональная (общение с самим собой), интерперсональная (межличностное общение) и массовая коммуникация. Отдельно стоит упомянуть взгляды представителя Анненбергской школы Дж.Спенсера. Он считал, что коммуникаций является социальное взаимодействие посредством сообщений, т.е. не связь вообще, а лишь обмен информацией о событиях, которые имеют культурное значение для участников коммуникации [Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика..., 1999: 90-91].

Интересны доводы некоторых исследователей, которые разделяют понятия «общение» и «коммуникация». Так, С.В.Бориснёв определяет общение как «социально обусловленный процесс обмена мыслями и чувствами между людьми в различных сферах из познавательной-трудовой и творческой деятельности, реализуемый главным образом при помощи вербальных средств коммуникации (обмен через речь, эмоции)», а коммуникацию как «социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по различным каналам при помощи разных коммуникативных средств (вербальных, невербальных и других)» [Бориснёв С.В., 2003: 14, 215, 257, 260]. Как видим, ученому даже при помощи искусственного сокращения сферы обращения термина «общение» не удалось четко развести его с родственным термином «коммуникация».

В.Б.Кашкин понимал под коммуникацией «обмен значениями (информацией) между индивидами через посредство общей системы

символов (знаков), языковых знаков, в частности» [Кашкин В.Б., 2000: 14]. Кроме того, он приводит схожее мнение английского литературного критика И.А.Ричардса: «коммуникация имеет место, когда одно человеческое сознание так действует на окружающую среду, что это влияние испытывает другое человеческое сознание, и в этом другом сознании возникает опыт, который подобен опыту в первом сознании, и вызван в какой-то мере первым опытом» [по Кашкин В.Б., 2000: 14]. В.Б.Кашкин выделяет механистическую и деятельностную парадигму коммуникации. В механистической «по коммуникацией понимается однонаправленный процесс кодирования и передачи информации от источника и приема информации получателем сообщения. В деятельностном подходе коммуникация понимается как совместная деятельность участников коммуникации (коммуникантов), в ходе которой вырабатывается общий (до определенного предела) взгляд на вещи и действия с ними» [Кашкин В.Б., 2000: 4].

Ю.Вейнгольд употреблял термин «коммуникация» «в смысле общения, основывающегося на взаимопонимании, в противовес общению, основанному на сделке, контракте фактически разобщенных людей» [Вейнгольд Ю., 1971: 53], Л.В. Петров как «взаимодействие» и более расширено как «процесс создания и сохранения единства некоторой человеческой общности, связанной определенным видом деятельности» [Петров Л.В., 1975: 76, 78].

Л.Левенталь утверждал, что «настоящая коммуникация предусматривает общение, передачу внутреннего опыта. Дегуманизация коммуникации является результатом ее аннексии медиа современной культуры — сначала газетами, а со временем радио и телевидением» [по Питерс Д.Д., 2004: 292].

Э.Б.Реутер понимал коммуникацию как «процесс передачи, распространения или сообщения какого-либо опыта, обмен или циркуляция идей между людьми. Это механизм, благодаря которому существуют и развиваются отношения между людьми...» [Reuter E.B., 1943: 93]. Для К.Ховленда коммуникация — это «процесс, в котором индивидуум-коммуникатор передает символы (обычно, вербальные) для изменения поведения других индивидов-коммуникантов» [Hovland C., 1948]. И.А.Федякин приводит интересную цитату из книги У.Ф.Дэвисона «Внешнеполитическая коммуникация» (кстати, на русский язык название книги было переведено как «Внешнеполитическое общение»): ««Коммуникация» — несладкое слово. Было бы превосходно, если бы можно было бы обойтись без него. Оно употребляется в таких многочисленных контекстах, что приобрело целый ряд различных значений... Ученые, занимающиеся социальными науками, начали использовать этот термин для характеристики взаимодействия между людьми. Некоторые определяют «коммуникацию» как термин, включающий все процессы, с помощью которых люди влияют на окружающих, другие же рассматривают целые общества как системы коммуникации...» [Davison W.Ph., 1965]. Однако обоснования таких расхождений не представляются достаточно сильными. «Коммуникация» и «общение» — это синонимы и именно в таком виде рассматриваются в нашей работе.

К ненужному дублированию можно отнести разнообразные синонимы понятия «масс-медиа». Это и «средства массовой комму-

никации» (по мнению И.А.Федякина — тавтологическое понятие), и «средства массового общения» (впервые употребленное В.Ю.Боревым и А.В.Коваленко [Борев В.Ю., Коваленко А.В., 1986: 82]), и «средства массового воздействия» (введен А.Волковым). Это деление представляется искусственным, т.к. все эти определения по-разному интерпретируют понятие «масс-медиа». Вот какую схему, например, пробуют построить В.Ю.Борев и А.В.Коваленко [Борев В.Ю., Коваленко А.В., 1986: 88].

<b>Средства социальной связи</b>		
СМВ (средства массового воздействия). Непосредственный характер воздействия	СМК (средства массовой коммуникации). Опосредствованная техникой передача информации	
	СМИиП (средства массовой информации и пропаганды). Информационные слои массовой коммуникации	СМО (средства массового общения). Художественно-информационные слои массовой коммуникации

Данное разделение представляется ненужным и необоснованным. Действительно, вряд ли нужно отделять информационные аспекты коммуникации от художественно-информационных.

Много внимания проблеме коммуникации уделял К.Ясперс. Он понимал ее как общение, связь с другими людьми, которая имеет социально-психологический характер. Она возникает как взаимопонимание, дискуссия, основанная на духовной общности. При коммуникации, по К.Ясперсу, собственное Я обнаруживает себя в другом. То есть на первом плане «экзистенциальная коммуникация», «коммуникация существования». Вступив в коммуникацию человек утрачивает свое Я, с изоляцией Я коммуникация прекращается. Именно поиски сущности бытия толкают человека на коммуникацию с другими людьми [Галиаскаров В., 1971: 65-70].

Г.Г.Почепцов под коммуникацией понимал «процессы перекодировки вербальной сферы в невербальную и невербальной в вербальную» [Почепцов Г.Г. Элементы теории коммуникации, 1999: 6; Почепцов Г.Г., 2001: 15]. Причем он считал, что изначально коммуникация носила принудительный характер «переход от говорения Одного к действиям Другого» [Там же]. Кроме того, подчеркивалась важность невербального компонента коммуникации. Г.Г.Почепцов считает, что «коммуникация помогает усилить имеющиеся в обществе диспозиции, делая неявное явным. Коммуникацию можно рассматривать как интенсификацию имеющихся коммуникативных интенций, перевод их в более технологическую форму, под которой мы понимаем достижение прогнозируемого результата в отличие от случайного процесса [Почепцов Г.Г., 2001: 19].

Много внимания уделил термину «коммуникация» украинский ученый В.В.Ризун. Он также понимает коммуникацию как полный синоним общения. Коммуникация, по определению В.В.Ризуна, «обусловленный ситуацией и социально-психологическими особенностями коммуникаторов процесс установления и поддержки контактов между членами определенной социальной группы или общества в целом на основе духовного, профессионального либо иного объединения участников коммуникации, который происходит в виде взаимосвязанных

интеллектуально-мыслительных и эмоционально-волевых актов, опосредованных языком и дискретных во времени и пространстве, — т.е. актов вещания, актов паралингвистического характера и психофизиологического влияния, актов восприятия и понимания и т.п., которые связаны с процессами сбора фактов, их сохранения, анализа, переработки, оформления, высказывания и при необходимости распространения, восприятия и понимания, происходит с использованием или без него различных знаковых систем, изображений, звуков (письмо, жесты, мимика и др.), средств коммуникации (газеты, журналы, аудиовизуальные программы и т.п.), средств связи (телефон, телеграф, транспорт и т.д.) и результатом которых является конкретная интеллектуально-мыслительная и эмоционально-волевая поведенческая собеседника, конкретные результаты его деятельности, принятые им решения, которые удовлетворяют членов определенной социальной группы или общества в целом... Коммуникация по своей природе является «агрессивным» процессом, процессом влияния на человека или общество, поскольку процесс установления контактов (что и есть коммуникация), хоть сам по себе и безболезненный, но не такой уже и наивный относительно методов и способов контактирования; он может быть навязчивым, грубым, коварным и т.п. И лишь с конъюнктурной точки зрения или из-за научной некомпетентности можно сказать, что коммуникация — это дистиллированный процесс передачи информации, не связанный с влиянием на людей» [Різун В.В. а].

Немецкий ученый В.Шульц понимал коммуникацию как процесс установления взаимосвязи различных субъектов. Эти субъекты должен объединять 1) определенный канал передачи сигнала, 2) взаимные ожидания, которые и порождают информацию, 3) совпадающие когнитивные структуры (напр., знания), которые определяют ожидания и придают значение сигналам, 4) намерения субъектов по изменению состояния или поведения [Шульц В., 2007].

Многосторонность понятия коммуникации подчеркивали представители разных наук. Например, Е.Ю.Журавлева относилась к ней «не только объем информации, но и интуицию, отношения, эмоции» [Журавлева Е.Ю., 2002: 48].

Специалисты в области точных наук часто понимают под коммуникацией прежде всего связь между различными системами. Например, составители «Глоссария по информационному обществу» коммуникацией называют «связь, сообщение, средство связи, информацию, средство информации, а также контакт, общение, соединение» [Глоссарий по информационному обществу].

Психологи также часто пробуют определить коммуникацию, прежде всего, как связь. Р.Вильямс считал, что коммуникации — «это средства и формы, через которые идеи, информация и отношения передаются, посылаются и получаются» [Williams R., 1962: 9; по Питерс Д.Д., 2004: 19]. Туда он включал многое: от гробниц и иероглифов до Интернета и мультимедиа, в том числе виртуальную реальность и любой способ передачи знаков.

Ч.Г.Кули в своей «Теории транспорта» (1894) выделял информационную коммуникацию таким образом: «Транспортирование есть физическим, коммуникация — психической» [по Питерс Д.Д., 2004: 286].

И дальше, но уже из «Социальной организации» (1909): «механизм, при помощи которого существуют и развиваются взаимоотношения между людьми — все символы сознания вместе со средствами их передачи в пространстве и сохранения во времени. Они включают в себя выражение лица, позу и жест, тембр голоса, слова, письмо, печать, железные дороги, телеграфы, телефоны и все, что еще позднее может быть достигнуто в завоевании пространства и времени» [по Питерс Д.Д., 2004: 287].

Отдельно стоит упомянуть взгляды представителя Анненбергской школы Дж.Спенсера. Он считал, что коммуникаций является социальное взаимодействие посредством сообщений, т.е. не связь вообще, а лишь обмен информацией о событиях, которые имеют культурное значение для участников коммуникации [по Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика..., 1999: 92].

Г.М.МакЛюэн в полном соответствии со своими взглядами о приоритете канала коммуникации считал, что «термин «коммуникация» в широком смысле употребляли в связи с дорогами и мостами, морскими маршрутами, реками и каналами еще до того, как он стал в электрическую эпоху означать «движение информации». Нет, наверное, лучшего способа определить характер электрической эпохи, нежели изучить сначала как сформировалось представление о транспортировке как коммуникации, а затем — как транспортировка грузов уступило место в этом представлении перемещению информации с помощью электричества» [МакЛюэн Г.М., 2003: 102].

Д. МакКуэл и С. Виндал писали, что «коммуникация осуществляется одним или же всеми следующими способами: действие, направленное на других, взаимодействие с другими людьми и реакция на действия других людей» [McQuail D. & Windahl S., 1993: 5; по Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 22].

А.В.Соколов попробовал выделить коммуникацию от других подобных процессов. Он дал такие ее отличительные признаки: «1. В качестве участников коммуникации выступают два субъекта, которыми могут быть: отдельный человек или группа людей, вплоть до общества в целом, а также животные (зоокоммуникация). Согласно этому признаку из понятия коммуникации исключается взаимодействие неодушевленных объектов; так, взаимосвязи Солнца и Земли не есть коммуникационный процесс. 2. Обязательно наличие передаваемого объекта, который может иметь материальную форму (книга, речь, жест, милостыня, подарок и т. д.) или не иметь ее. Например, коммуникант может неосознанно воздействовать на реципиента, внушая ему доверие, симпатию, антипатию, любовь. Вырожденная форма коммуникации — общение человека с самим собой (внутренняя речь, размышления, воспоминания и т. п.). 3. Коммуникации свойственна целесообразность, или функциональность, поэтому бред — не коммуникационный акт. Целесообразность может проявляться в трех формах: 3.1. Перемещение материального объекта в геометрическом пространстве из пункта А в пункт В — в этом заключается цель транспортной или энергетической коммуникации; 3.2. Цель взаимодействующих субъектов заключается не в обмене материальными предметами, а в сообщении друг другу смыслов, обладающих идеальной природой. Носителями смыслов являются знаки, символы, тексты, имеющие внешнюю, чувственную воспринимае-

мую форму, и внутреннее, постигаемое умозрительно содержание; 3.3. Элементарная схема коммуникации [коммуникант, сообщение, реципиент] пригодна для генетической связи «дети — родители». Как известно, эта связь осуществляется посредством генетической информации (передаваемый объект), представляющей собой особым образом закодированную программу воспроизводства (биосинтеза, репликации) определенного организма. Специфика ситуации состоит в том, что дети, т. е. реципиент, отсутствуют до появления генетической информации и синтезируются на ее основе... В данном случае цель коммуникации заключается в передаче этого образа от поколения к поколению, допустим, передача «лошадности» от лошади к жеребенку. Исходя из сказанного, можно дать следующее научное толкование: коммуникация есть опосредованное и целесообразное взаимодействие двух субъектов. Это взаимодействие может представлять собой: движение материальных объектов в трехмерном геометрическом пространстве и в астрономическом времени или движение идеальных объектов (смыслов, образов) в многомерных умозрительных (виртуальных) пространствах и временах» [Соколов А.В.]. Как видим, это довольно широкая интерпретация коммуникации. Отделяя коммуникацию от объектов неживой природы, А.В.Соколов оставил для нее более чем широкое поле деятельности, в частности, перемещение генетической информации. Это может вызвать определенные трудности при исследовании социальной коммуникации (а именно таковой является цель А.В.Соколова), т.к. передача генетической и социальной информации происходит по различным законам.

Интерес исследователей к проблеме коммуникации в последние годы подогревается усилением ее роли в процессе организации производства. С переходом к информационному обществу, усилением роли процессов управления, явлением информационного взрыва происходит повышение роли коммуникации в общественном производстве (в связи с этим интересен тезис Д.В.Иванова о лучшей информированности не тех, кто имеет больше знаний, а тех, кто активнее участвует в общественных коммуникациях [Иванов Д. В. Идея информационного общества и Internet]). К тому же, человек сегодня имеет больше свободного времени, и это тоже способствует усилению роли коммуникации.

Коммуникация, общение играют огромную роль в процессе жизнедеятельности человека. М.В.Ломоносов писал: «Блаженство рода человеческого коль много от слова зависит, всяк довольно усмотреть может. Собраться рассеянным народам в общежития, созидать грады, строить храмы и корабли, ополчаться против неприятеля, и другие нужные, союзных сил требующие дела производить, как бы возможно было, если бы они способа не имели сообщать свои мысли друг другу?» [Ломоносов М.В., 1952: 91]. По Аристотелю «государство есть своего рода общение, есть политическое общение граждан» [Аристотель, 1911: 100]. С этой идеей перекликаются мысли Н.Винера: «Обмен информацией — цемент, скрепляющий общество» [Винер Н., 1964: 313] и К.Маркса, который, говоря о печати, подчеркивал, что она должна «служить всеобщим связующим звеном для народа» [Маркс К. и Энгельс Ф.: 1, 78]. Э.Берджес писал, что «современная социальная организация формируется и меняется средствами коммуникации. Поэтому изменения в коммуникации могут служить признаками более глубоких и сложных изменений, про-

исходящих в обществе» [по Питерс Д.Д., 2004: 288]. Важность коммуникации для развития демократии подчеркивал в своей работе «Сознание, «я» и общество» (1931) Д.Г.Мид: «Если бы коммуникацию удалось усовершенствовать, то тогда возникла бы демократия..., при которой между каждой личностью и обществом в целом существовали бы отношения правильной ответственности» [по Питерс Д.Д., 2004: 288].

Таким образом, коммуникация является необходимым компонентом жизнедеятельности человека и общества.

## Виды коммуникации

Существуют разнообразные классификации коммуникации. Они зависят от объекта и целей различных наук и исследователей. Это может быть систематизация процесса коммуникации по направленности — вертикальные и горизонтальные, по источнику информации, каналу коммуникации, виду коммуниканта, эффектам коммуникации, по содержанию, типам коммуникатора, способам коммуникации и многое другое.

Принято выделять такие типы коммуникации: внутриличностная (интраперсональная), межличностная, групповая (обычно тут различают коммуникации внутри группы, между группами, индивид-группа, в малых и больших группах) и массовая коммуникации. Некоторые исследователи, кроме того, выделяют организационную (внутриорганизационную, межорганизационную и внеорганизационную) коммуникации. По форме передачи информации выделяют устную и письменную коммуникации, по каналу передачи-восприятия — аудио, визуальную, аудиовизуальную, тактильную, по характеру функций — естественную, искусственную и естественно-искусственную коммуникации. Кроме того, часто выделяется вербальная и невербальная или визуальная (которая в свою очередь делится на первичные языки — жесты, мимика; и вторичные языки — музыка, язык глухонемых и т.п.) коммуникации. Некоторые исследователи классифицируют информацию по каналу коммуникации, т.е. выделяют отдельно средства массовой информации (СМИ): периодическая пресса, радиовещание, телевидение, Интернет; средства массового воздействия (СМВ): кинематограф, театр, цирк, иные зрелищные представления, художественная литература; собственно технические средства (СТС): телефон, телетайп, телеграф и т.п. [Бориснёв С.В., 2003: 263]. Последняя классификация не представляется целесообразной. В данном случае идет смешение технических средств, каналов коммуникации, причем одни каналы берутся сами по себе, иные — в зависимости от содержательного наполнения.

А.В.Соколов предложил типизацию коммуникации в соответствии с пространственно-временной средой. Он делит коммуникацию на четыре типа: материальную (транспортная, энергетическая, миграция населения, эпидемии и др.); генетическую (биологическая, видовая); психическую (внутриличностная, автокоммуникация), социальную [Соколов А.В.]. Не совсем ясны критерии подобного разделения. В частности, принципы отделения материальной коммуникации от

других видов. Кроме того, внутренние подразделения тоже вызывают вопросы. Почему, например, выделена миграция населения? Если относиться к этому виду все перемещения, то сюда же будут относиться и миграции животных, и все остальные перемещения, в т.ч., например, метеоритные дожди.

Выделяются также уровни коммуникационных процессов. По Г.Бейтсону это коммуникативный и метакоммуникативный уровни [Rogers E.M., 1994; по Почепцов Г.Г., 2001: 32]. При этом метакоммуникативный уровень задает модус сообщения (например, имеет оно серьезный или шуточный характер).

Г.Г.Почепцов выделяет также иерархическую (с приоритетом прямой связи) и демократическую (с приоритетом обратной) коммуникацию. Для первого типа нормой является приказ, а для второго — убеждение. При этом выстраивается такая таблица:

	<b>Иерархическая коммуникация</b>	<b>Демократическая коммуникация</b>
приоритетная связь	прямая	обратная
получатель	подчиненный	свободный человек
коммуникативное действие	приказ	убеждение
тип коммуникации	монолог	диалог
текст	один	много

[Почепцов Г.Г., 2001: 34].

Кроме того, можно разделить коммуникацию по агрессивной и благоприятной информационной среде, сильным и слабым, активным и пассивным участникам коммуникации. Отдельно Г.Г.Почепцов рассматривал дихотомию устная/письменная коммуникация (выделяют еще печатную коммуникацию, т.к. в этом случае резко увеличивается количество реципиентов), которые могут различаться по словарю, синтаксису и т.д. Причем письменная информация не является простой фиксацией устной, т.к. между ними есть серьезные различия как в цели, так и в средствах выражения [Почепцов Г.Г., 2001: 35-38].

Также коммуникации могут быть формальными (официальными) и неформальными. Вследствие межъязыковых и межгосударственных отличий выделяются международная и межкультурная коммуникации [Почепцов Г.Г. Теорія комунікації, 1999: 8-10].

Е.Н.Дубровский выделяет три типа обменов в обществе: материальный, энергетический, информационный. В информационном обмене выделяются четыре фазы: устная, письменная, книжная (повидимому, автор имеет в виду печатную) и компьютерная [Дубровский Е.Н. Информационно-обменные процессы...].

Американский ученый Д.С.Робертсон проранжировал уровни развития цивилизаций, исходя из количества производимой информации: «уровень 0 — информационная емкость мозга отдельного человека — 10 в 7 степени бит; уровень 1 — устное общение внутри общины, деревни или племени — количество циркулирующей информации — 10 в 9 бит;



уровень 2 — письменная культура; мерой информированности общества служит Александрийская библиотека, имевшая 532800 свитков, в которых содержится 10 в 11 бит информации; уровень 3 — книжная культура: имеются сотни библиотек, выпускаются десятки тысяч книг, газет, журналов, совокупная емкость которых оценивается в 10 в 17 бит; уровень 4 — информационное общество с электронной обработкой информации объемом 10 в 25 бит» [по Хрестоматия по информатике].

Немецкий ученый В.Шульц выделяет узкое и широкое понятие коммуникации. При этом узкое описывает обмен информацией между индивидами и общностями. Широкое же используется в различных науках. В частности, им обозначают взаимодействие в животном мире, между техническими системами, людьми и механизмами и многое другое [Шульц В., 2007].

Ф.И.Шарков выделяет понятие символической коммуникации. Она определяется «как использование слов, букв, символов или аналогичных средств для получения информации об объекте или событии» [Шарков Ф.И., 2003: 105]. При этом семантика коммуникаций занимается значением слов и символов, синтаксис — взаимосвязью между ними, а прагматика — результативностью. В целом, определение можно было бы принять, но в принципе вся социальная коммуникация носит символический характер.

Кроме того, вызывают вопросы положение о символе как «посреднике между сущностью явлений, смыслом и его образом, идеями, находящимися за пределами чувственного восприятия, с одной стороны, и отражением предметов и явлений действительности при их непосредственном воздействии на органы чувств, с другой» [Шарков Ф.И., 2003: 105]. Символы скорее являются выражением образов. Именно они помогают передавать их при коммуникации между людьми.

Всего Ф.И.Шарков выделяет 44 вида коммуникации [Шарков Ф.И., 2003: 178-184]. По типам выделяется коммуникация в зависимости от коммуникантов, сферы применения, масштаба, категорий населения и т.д.

С.В.Бориснёв сводит коммуникацию к речевому компоненту, считая, что при «коммуникации информация сообщается через высказывания как элементарные и минимальные единицы языка, которые составляют относительно целых в тематическом плане речевой отрезок — текст» [Бориснёв С.В., 2003: 60]. При этом выделяются формы текста, понятие дискурса, фрейма и сценария. По мнению российского ученого, специфику коммуникативных систем определяют несколько критериев: «целевое назначение системы [тут автор имеет в виду содержание коммуникации и ее аудиторию]..., выбором коммуникативных средств..., каналами передачи и восприятия информации... и способами обмена информацией...» [Бориснёв С.В., 2003: 62]. Кроме того, коммуникативные системы различаются по целевому назначению, мотивированности коммуникативных единиц и технике актуализации. Как видим, в данном случае в очередной раз реализован структурно-функциональный подход к анализу видов коммуникации. В принципе, недостаточный уровень мотивации предложенного распределения (например, отделение коммуникативных средств от каналов передачи информации) свидетельствует, что современная научная мысль еще не в

состоянии предложит конкурентноспособную альтернативу классической коммуникативной парадигме Г.Д.Лассуэлла.

Интересен анализ языковой коммуникации М.Хайдеггером. Он уделяет особое внимание феномену понимания, который таит в себе возможность толкования, т.е. освоения понятого. Параллельно существует феномен расположения, которому соответствует толкуемость высказывания. Третье значение высказывания сообщение (рассказывание), которое вводит в его осмысление. Особое внимание уделяется речи как экзистенциально-онтологическому фундаменту языка. Она экзистенциально равносходна с понятиями расположения и понимания и лежит в основании толкования и высказывания. Язык определяется как вовне-выговоренность речи [Хайдеггер М., 1997].

Видный американский социолог Т.Парсонс рассматривал роль символических систем в коммуникационном процессе. Он считал, что они являются продуктом коммуникации и без них коммуникация, как процесс, была бы невозможна. Т.Парсонс выделяет взаимодействие в процессе коммуникации следующих элементов: 1) действие актора и/или носителя сообщения, 2) ответная реакция реципиента, 3) содержание коммуникативного процесса, 4) взаимные роли, которые связывают участников коммуникативного взаимодействия [Парсонс Т., 1996; по Бориснёв С.В., 2003: 9-10].

Интересно также понятие прагматических коммуникаций. А.Ситников и М.Гундарин понимают под ними «процессы направленной передачи информации, жестко ориентированные на получение адекватного эффекта» [Ситников А.П., Гундарин М.В., 2003: 14]. В принципе, под это определение подпадает также массовая коммуникация.

В зависимости от целей классификации разные ученые выделяют множество видов коммуникации. Но при этом остаются неизменными как принципы коммуникационного взаимодействия, так и основные его этапы.

## Общение и коммуникация

### ***Актуальность изучения общения и коммуникации***

При рассмотрении общения, мы не стремимся анализировать все аспекты данного процесса. Это под силу только объединенным усилиям специалистов нескольких отраслей наук, и, прежде всего, психологии. В данном же случае рассматриваются только принципиальные положения, которые имеют непосредственное отношение к *массовокоммуникационному* процессу.

Конечно же, общение это всеобъемлющий процесс, присущий всему периоду жизнедеятельности homo sapiens. Более того, без общения человек существовать, по-видимому, вообще не может. Робинзон Крузо в реальной жизни вряд ли сохранил бы остатки здравого смысла в течение 28 лет одиночества (или 26, если быть точным, до обретения Пятницы). Кстати, реальный прототип Робинзона, Александр Селькирк, прожил на необитаемом острове только 4 года. Точно так же вряд ли в реальной жизни возможен второй Маугли, то есть ребенок, который

воспитывался без человеческого общения, а затем мог бы интегрироваться в человеческое общество. В Киргизии был случай, когда девочка с младенчества попала в стаю волков. Когда ее нашли через несколько лет, она была безнадежно умственно отсталой. Такая ж незавидная судьба у другой девочки, из Мексики. Ее отец, разозленный тем, что родилась еще одна девочка в его многодетной семье, просто соорудил для нее клетку в загоне для скота. Когда через два года полиция освободила ребенка, он был умственно отсталым. Вообще, когда время от времени медиа публикуют новости о нахождении детей, которые оказались вне человеческого общества, то обязательно подчеркивается, что это одичавшие люди, утратившие способность к человеческому общению. Например, в феврале 2007 г. в горах Самаркандской области Узбекистана нашли ребенка, который пропал в 1998 г. в 6-летнем возрасте. Он утратил способность к речевому общению и полностью одичал.

Роль коммуникации очень высока не только в развитых, но и в «примитивных» обществах. К.Леви-Стросс, в частности, установил, что в таких сообществах предметом обмена между родами наряду с товарами и женщинами служит информация, которая в соответствии с обычаями или желанием владельца могла стать общим достоянием [Социология, 2005: 213-214].

В условиях, одиночества человек или разговаривает сам с собой, или находит воображаемого партнера. Так, К.Риттер, оставшись в одиночестве в условиях полярной ночи, разговаривала с луной [Кузнецов О.Н., Лебедев В.И., 1971: 116]. Таким образом, человек не может существовать без общения на любом этапе жизни. Общение представляет собой обязательный элемент жизнедеятельности человека. При этом два основных вида общения, межличностное и массовокоммуникационное, взаимодополняют друг друга. При дефиците одного вида общения человек сразу же подсознательно стремится его компенсировать другим.

Журналисты старшего поколения помнят, что львиная доля писем в редакции была от пенсионеров. Это как раз легко объяснить с точки зрения невозможности существования человека в условиях отсутствия коммуникации. При уменьшении одного из ее видов (в данном случае, межличностной коммуникации после выхода на пенсию) люди подсознательно стремятся компенсировать недостачу интенсификацией другого вида коммуникации.

Недаром выдающийся американский ученый Ч.Кули писал, что «под коммуникацией понимается механизм, посредством которого становится возможным существование и развитие человеческих отношений — все символы разума вместе со способами их передачи в пространстве и сохранения во времени. Она включает в себя мимику, общение, жесты, тон голоса, слова, письменность, печать, железные дороги, телеграф, телефон и самые последние достижения по завоеванию пространства и времени [Кули Ч., 1994: 379; по Шарков Ф.И., 2003: 12].

Другой известный американский исследователь Г.Д.Лассуэлл считал, что коммуникация является механизмом, который позволяет существовать и развиваться человеческим отношениям, распространяет в пространстве и времени символы сознания и осуществляет функции ориентации в окружающей среде, корреляции реакций частей социума

на стимулы окружающей среды и передачи социального наследия от поколения к поколению [Lasswell H.D., 1948; по Ахмадулин Е.В., 2006: 18].

Выдающийся российский исследователь процессов коммуникации Г.Г.Почепцов также подчеркивал, что коммуникация «обеспечивает существование социальной памяти, сохранение и передачу информации как между генерациями, так и в пределах одной генерации» [Почепцов Г.Г. Теорія комунікації, 1999: 22]. Существование социальной памяти необходимо для развития общества. Индивидуальной памяти тут недостаточно. Исследователь подчеркивает соответствие уровня коммуникации уровню развития общества (переход в соответствии с этапом развития социума от устного языка к письменному и т.д.).

Выдающийся русский мыслитель П. Я. Чаадаев считал, что «лишенные общения с другими созданиями, мы щипали бы траву, а не размышляли о своей природе» [Чаадаев П.Я., 1991: 385; по Соколов А.В.].

Эту мысль развил А.В.Соколов: «- в процессе антропогенеза коммуникационная деятельность была решающей предпосылкой и питательной почвой для образования человеческого сознания и языка; — коммуникация — способ формирования человеческой личности, поскольку только в процессе взаимодействия с другими людьми происходит социализация индивида и развитие его способностей; — коммуникационная потребность — органическая (абсолютная) духовная потребность человека; изоляция от общества приводит к неизлечимым психическим травмам; — коммуникация — фактор и условие существования любых человеческих общностей — от малых социальных групп до наций и государств; — коммуникационная деятельность — источник, средство поддержания и использования социальной памяти, аккумулирующей культурный и исторический опыт социальных субъектов» [Соколов А.В.].

Ряд ученых подчеркивает важность изучения общения в связи с глобальными изменениями, происходящими при переходе человечества к информационной стадии развития. Т.М.Дридзе писала, что «особенно заметно стремление исследователей осмыслить познавательные возможности самого понятия «общение», поскольку именно сейчас в эпоху научно-технической революции крайне актуальной представляется постановка вопроса о том, как сохранить «исправным» механизм взаимодействия между людьми, выработать и укрепить «иммунитет» к темпам, задаваемым современными технико-экономическими условиями жизнедеятельности человека» [Дридзе Т.М., 1984: 4]. Хотя, конечно же, необходимо признать, что общение играло определяющую роль в деятельности человека на всех этапах развития общества.

При этом стоит согласиться с мнением, что «без сообщения или передачи при помощи языка некоторого мыслительного содержания, т.е. без коммуникации, невозможно существование общества и, в конечном счете, невозможна жизнь людей» [Ибрагимова Р., 1971: 36]. Хотя тут стоит отметить, что понятие «язык» включает в себя не только речевое общение. Слепоглухонемые люди способны овладеть операциями предметного действия и включиться в процесс общения (напр., американка Е.Келлер, русская писательница О.И.Скороходова) [Коробейников В.С., 1976: 28].

В целом, общение представляет собой необходимое условие как для жизнедеятельности человека, так и для развития общества. «Общество не может существовать без общения его членов. Человек становится

самим собой лишь тогда, когда овладевает социально специфическими средствами общения, «человеческими знаками». Только овладев такими знаками, первобытный человек (точно так же, как и его современный потомок), смог воспринимать опыт, строить абстрактную модель окружающего мира, отражать его законы, превращать «материальное» в «идеальное» [Чернов С., 1971: 50]. Актуальность изучения процесса общения обусловлена стремительными изменениями в развитии человеческого общества, его переходом к информационной стадии развития. В этих условиях происходит интенсификация процессов общения, появляются новые его формы. Все это требует изучения роли общения в процессах развития общества, в частности, уяснения его особенностей и влияния на массовую коммуникацию.

### ***Понимание как цель общения***

Общение включает в себя такой необходимый компонент как понимание. Любая коммуникация имеет свою цель. Эту цель можно достичь только через понимание. Общение нельзя считать успешным, если понимание не достигнуто. Существуют различные теории коммуникации, в которых показываются модели общения и помехи, шумы, которые могут возникнуть на пути понимания. Само же понимание является предметом специальной науки — герменевтики. Герменевтика, выйдя из глубин теологии, все больше завоевывает место как область философского знания, которая занимается объяснением и интерпретацией текстов.

Любой человек имеет свой личный опыт, уровень образования и знаний, который позволяет ему адекватно воспринимать определенную информацию. Но ни один человек не способен понять ЛЮБУЮ информацию. Тексты медиа должны быть понятны аудитории. У каждого медиа своя аудитория. Массовые медиа размещают материалы, написанные простым языком, чтобы любой человек, даже с низким уровнем образовательно-культурной подготовки мог их понять. Для понимания материалов качественных медиа необходимо не только соответствующее образование, но и навыки аналитической работы. Специализированные медиа ориентируются на свою адресную аудиторию, и их тексты могут быть абсолютно непонятными для непрофессионалов.

При переходе к информационной стадии развития общества и развитии коммуникационных технологий, масс-медиа теряют свою монологичность. Они все больше существуют в условиях диалога с читателем, зрителем, слушателем. И тут проблема понимания между коммуникатором и аудиторией выходит на первый план. Аудитория непосредственно влияет на содержание коммуникации, поведение коммуникатора в медиаполе, имеет возможность высказывать свое отношение к содержанию акта массовой коммуникации. Диалог, который культурологи считают «продуктивной формой развития мысли, способом существования личности и культуры» [Борев В.Ю., Коваленко А.В., 1986: 104], постепенно становится основной, рабочей формой общения не только на межличностном, но и на массовокоммуникационном уровне. И понимание при этом обеспечивает адекватный обмен смысловым содержанием между участниками коммуникационного процесса.

Однако нельзя абсолютизировать этот момент, как это делает, к примеру, К.Ясперс. По его теории общение «возможно только между двумя людьми, беседующими с глазу на глаз» [Jaspers K., 1923: 38], а коммуникация — это «безграничное обоюдостороннее пребывание в беседе» [Jaspers K., 1923: 37]. Вряд ли можно согласиться с такою суженой трактовкой понятия коммуникация, ведь за ее рамками фактически остается процесс массовой коммуникации. Межличностное общение, безусловно, важная часть жизнедеятельности человека, однако сводить все многообразие общения только к этой разновидности нецелесообразно. Кроме того, хотя при межличностной беседе гораздо легче установить высокий уровень понимания, она сама по себе еще не является его залогом. Понимание основывается, прежде всего, на одинаковых подходах к явлениям и процессам окружающей действительности, а не на способе ведения коммуникации. Кроме того, К.Ясперс различал «объективную и экзистенциальную коммуникацию. Объективная коммуникация появляется вследствие общности между людьми, а экзистенциальная — результат общности двух самостей» [Jaspers K., 1923: 37].

Интересен подход к коммуникации Н.Лумана. Он считает, что коммуникация «осуществляется посредством трех различных селекций, а именно: селекции информации, селекции сообщения этой информации и селективного понимания или непонимания этого сообщения и его информации» [Луман Н., 1995]. Причем он считал, что эти компоненты находятся в неразрывной связи. Н.Луман высказывал еще ряд интересных, хотя и спорных идей. Например, о том, что «коммуникация не имеет никакой цели», т.к. является кольцевой, аутопойэтической системой [Луман Н., 1995]. При этом он вступал в резкую дискуссию с Ю.Хабермасом, считая что его теория рациональности коммуникативного действия, согласно которой коммуникация нацелена на консенсус, ошибочна. Вместо этого он выдвигал тезис о рискованности коммуникаций, т.е. о том, что обостряется вопрос будет ли сообщенная и понятая информация принята или отклонена. Последнее положение подтверждалось и в некоторых работах украинских исследователей [Островский Д.О.].

### ***Сущность общения и коммуникации***

Многие исследователи понимают коммуникацию как общение. Например, В.П.Конецкая писала о коммуникации как «способе общения, позволяющем передавать и принимать разнообразную информацию» [Конецкая В.П., 1997: 5; по Назаров М.М., 2003: 8], американские исследователи Теодорсоны определяли ее как «передачу информации, идей, оценок или эмоций от одного человека (или группы) к другому (или другим) главным образом посредством символов» [Theodorson S.A., Theodorson A.G., 1969; по Назаров М.М., 2003: 8], Г.Гербнер считал, что «коммуникацией является социальное взаимодействие, осуществляемое с помощью сообщений» [Gerbner G., 1967: 40-57; по Назаров М.М., 2003: 8]. Е.Горный употребляет термины общение и коммуникация как синонимы и определяет их как «обмен информацией между субъектами» [Горный Е., 2001]. Общение «как обмен информацией» понимал Е.Н.Дубровский [Дубровский Е.Н.]. Е.Д.Кузнецова определяла общение как «обмен информацией, социально-психологические контакты, которые содействуют установлению и возобновлению связей» [Кузне-

цова О.Д., 1996: 3]. В «Социологическом справочнике» общение определяется как «информационный механизм взаимодействия социальных субъектов (индивид, группа, класс и т.д.), с помощью которого на основе свойства социального отражения происходит организация их жизнедеятельности и развития во всех сферах деятельности и общественных отношений» [Социологический..., 1990: 53]. При этом различаются материальное и духовное, межличностное и массовое виды общения.

Некоторые ученые считали, что общение может иметь только межличностный характер. Так, для Ф.И.Шаркова общение — это «межличностное взаимодействие людей, опосредуемое системой общественных отношений как способ существования общественных отношений. Отношения либо обуславливаются потребностью в них, либо включаются в деятельность (труд, обучение, игра), либо опосредуются различными системами коммуникации» [Шарков Ф.И., 2003: 197]. Примерно такое же понимание общения у С.В.Бориснёва: «социально обусловленный процесс обмена мыслями и чувствами между людьми в различных сферах их познавательной-трудовой и творческой деятельности, реализуемый главным образом с помощью вербальных средств коммуникации» [Бориснёв С.В., 2003: 260].

В принципе, термины «общение» и «коммуникация» употребляются как синонимы. С философской точки зрения, общение представляет собой процесс взаимосвязи и взаимодействия людей, который состоит из обмена «деятельностью, информацией, опытом, способностями, умениями и навыками, а также результатами деятельности» [Философский энциклопедический словарь, 1983: 447]. Общение является предметом изучения не только в теории массовой коммуникации, но и в ряде других наук, прежде всего, в социальной психологии и социологии. В этих науках упор делается на человеческий аспект общения, подчеркивается его социальная сущность, то, что «оно происходит не между изолированными людьми в обществе, а прежде всего между людьми как членами общества» [Зильберт Б.А., 1986: 24]. Общение имеет информационную природу [Фирсов Б.М., 1977: 13], хотя ранее многие ученые в соответствии с взглядами основоположников марксизма-ленинизма считали, что первичным было «материальное общение» (по К.Марксу), то есть общение, неразрывно связанное с производственной деятельностью людей, а только потом в процессе этой деятельности появилось речевое общение. Согласно этим взглядам, содержательной стороной общения является процесс «обмена социальной информацией в конкретно-исторических условиях данного общества» [Фирсов Б.М., 1979: 12]. По мере развития производственных отношений сначала появилось речевое общение, затем его другие все более сложные формы. То есть человек становился все более зависим от информации от других людей для освоения и преобразования мира. К.Маркс считал, что «история отдельного индивида отнюдь не может быть оторвана от истории предшествовавших или современных ему индивидов, а определяется ею» [Маркс К. и Энгельс Ф.: 3, 440], в «в действительном мире общение индивидов зависит от их способа производства» [Маркс К. и Энгельс Ф.: 3, 389]. Развивая эти взгляды, советские ученые считали, что общение является условием и источником жизнедеятельности людей, конкретизацией любых общественных отношений [Буюева Л.П., 1974: 21;

Коробейников В.С., 1983: 12; Мясищев В.Н., 1970: 114; Парыгин Б.Н., 1971: 192]. Со всеми этими положениями можно согласиться, но с существенной оговоркой: К.Маркс и Ф.Энгельс (а позже их последователи) рассматривали процесс общения в русле своей теории исторического материализма. Нас же интересует прежде всего обмен социальной информацией в ходе процесса массовой коммуникации. Этот процесс возник уже на высших этапах эволюции общества и связан не только с материальными, но и с духовными потребностями людей.

При общении происходит обмен информацией «о самых различных сторонах природной и социальной действительности» [Афанасьев В.Г., 1975: 33]. Оно представляет собой «направленное выражение мысли, ее передачу и восприятие... образует информационную структуру социального общения» [Соковнин В.М., 1974: 9]. Все эти определения справедливы, однако они охватывают только отдельные элементы процесса общения. Обобщить их попробовал в своей теории информационного взаимодействия В.З.Коган [Коган В.З., 1991]. Он воспринимал общение как материализацию инфосвязи, приводя при этом слова И.Б.Новика о том, что «человек не существует в качестве человека вне связи с другими людьми... Человек — это единственный материальный объект, сущность которого не находится в нем самом, в отрыве от других людей» [Новик И.Б., 1963: 130]. Детально проблемы общения рассматривал Б.Ф.Ломов. Он тоже считал, что процесс общения носит не узконаправленный характер, а является взаимодействием: «Вряд ли можно рассматривать общение просто как последовательность отдельных действий (или деятельностей) общающихся субъектов. Любой акт непосредственного общения — это не просто воздействие человека (хотя и этот вариант не исключен), а именно их взаимодействие. Процесс общения строится как система сопряженных актов» [Ломов Б.Ф., 1979: 46]. Б.Ф.Ломов считал, что в категории общения действуют отношения типа «субъект-субъект». Вряд ли это в полной мере применимо к массовокоммуникационному общению даже в условиях его интерактивизации. Реципиент еще не имеет полномасштабных возможностей включиться в процесс общения на уровне коммуникатора, да и вряд ли будет иметь в ближайшем будущем широкие возможности для этого. Процесс массовой коммуникации довольно таки четко формализован по типу «субъект-объект» и даже в Интернет-изданиях форумы не дают возможности реципиентам полномасштабно действовать как коммуникаторы. Их информация остается маргинализованной по сравнению с информацией основного коммуникатора.

То есть полномасштабного непосредственного общения в духе В.Н.Панферова не возникает («Превращение объекта в субъект восприятия, а субъекта в объект восприятия является необходимым условием для возникновения непосредственного общения» [Панферов В.Н., 1968: 235]). Массовокоммуникационная форма общения продолжает отличаться от межличностной и вряд ли в ближайшем будущем возможно выравнивание этих форм по возможностям обратного взаимодействия коммуникатора и аудитории. В.Н.Панферов считал, что процесс непосредственного общения распадается на три стадии: 1) превращения входящих в процесс общения в субъектов и объектов, 2) зрительно-кинестетического общения, 3) речевого общения. Вряд ли такое деление справедливо. Акт об-



щения имеет прежде всего целостный характер. С этим, кстати, были согласны ряд видных исследователей процесса общения (В.З.Коган: «...превращение входящих в общение индивидов в субъект-объектов, зрительно-кинестетическое да, пожалуй, и речевое общение могут настолько совпадать во времени, что определить их последовательность не представляется возможным» [Коган В.З., 1991: 185], С.Л.Рубинштейн: «Подлинной конкретной единицей «психического» является целостный акт отражения объекта субъектом» [Рубинштейн С.Л., 1957: 263]).

Российская исследовательница С.К.Шайхитдинова различает понятия «общение» и «коммуникация» по уровню опосредованности. По ее мнению, общение — это персонифицирующая взаимосвязь, коммуникация — унифицирующая [Шайхитдинова С.К., 2004: 167].

### **Общение и массовая коммуникация**

В случае с массовой коммуникацией мы имеем дело с опосредованным общением, причем роль посредника — медиа — очень велика. Канал коммуникации во многом определяет и формат, и содержание сообщения. Межличностная коммуникация продолжает играть весомую роль в жизни любого индивидуума. Она «возникла исторически задолго до появления средств массовой информации, и вряд ли появление газет, радио и телевидения могло существенно принизить ее значение в настоящее время» [Андрющенко Е.Г., 1971: 112]. Конечно же, роль масс-медиа в жизни человека возрастает. Эта форма общения стала ежедневной характеристикой жизнедеятельности цивилизованного человека, однако приоритет, безусловно, принадлежит межличностному общению, без которого длительное существование человека не представляется возможным.

Хотя общение имеет определяющее значение не только в жизни индивида, но и в жизни общества. Без общения деятельность общества не возможна. Общение имеет свой инструмент — знак. Все коммуникативные акты «всегда облакаются в знаковую форму» [Чернов С., 1971: 45]. Знаки могут иметь вербальную и невербальную форму. Важным условием эффективного общения является одинаковое понимание знаков коммуникатором и реципиентом.

М.М.Назаров так различает виды коммуникации.

<b>Параметры коммуникации</b>	<b>Межличностная коммуникация в традиционном обществе</b>	<b>Массовая коммуникация в современном обществе</b>
Источник	Семья, соседи	Институт
Канал	«Лицом к лицу»	Технологический
Время передачи	Непосредственное	Непосредственное или с задержкой
Расстояние	Минимальное, замкнутое	Отдаленное
Приемник	Семья, соседи	Анонимная, разнородная аудитория
Обратная связь	Прямая	Не прямая или отложенная
Характер регулирования	Личный, индивидуально идентифицируемый	Бюрократический, фрагментарный

[Назаров М.М., 2003: 9].

Т.М.Дридзе предлагает трактовать общение, как социальный механизм взаимодействия, тремя способами: «1) коммуникативно-познавательный процесс, формируемый континуумом деятельностей порождения и интерпретации текстов; 2) коммуникативно-познавательная деятельность — а) сопутствующая практической деятельности с двойной мотивацией, обусловленной целями сопровождаемой практической деятельностью и непосредственным коммуникативным намерением, реализуемым в рамках общения) и — б) самостоятельная (с собственным мотивом, предметом и продуктом); 3) смысловой контакт, достигаемый лишь в случае совпадения «смысловых фокусов» порождаемого и интерпретируемого текста в ходе обмена коммуникативно-познавательной деятельностью и обуславливающий эффект «моносубъектности» (в отличие от «псевдообщения», или «квазиобщения»)» [Дридзе Т.М., 1979: 276]. В целом, общение выступает как необходимое условие любой групповой и многих видов индивидуальной деятельности. Коммуникация, то есть передача и прием информации, является неотъемлемой чертой любой социальной активности. Некоторые исследователи считают, что «общение людей представляет собой не только обмен сообщениями — оно включает в себя также процессы взаимопонимания, взаимовлияния, деятельности...» [Борев В.Ю., Коваленко А.В., 1986: 89]. Представляется все же таки, что перечисленные условия являются составляющими эффективного общения, т.к. общение может происходить с различным уровнем взаимопонимания, взаимовлияния и может вообще не касаться практической деятельности.

Различные ученые рассматривали общение и как средство социальной адаптации [Холличер В., 1973], и как способ функционирования общественного сознания [Шукуров Э.Д., 1970], и как особый вид деятельности, представляющий человеческие потребности [Каган М.С., 1974: 88; Парыгин Б.Н., 1971].

М.С. Каган считает, что общение «является одним из четырех первичных видов деятельности, отличающихся от трех других — образовательного, познавательного и ценностно-ориентационного — тем, что выражает направленность действий субъекта не на объекты, а на другие субъекты» [Каган М.С., 1975]. В.Ю.Борев и А.В.Коваленко выделяют формы общения: «автокоммуникация (самоанализ, рефлексия, интроспекция); межличностная коммуникация (беседа); межгрупповая коммуникация с выделением лидеров коммуникации и референтных групп (переговоры); межсоциумная (война, международная торговля); личностно-групповая (урок, лекция); внутригрупповая (профсоюзное собрание, съезд); личность — социум (художественная коммуникация); общественно-групповая коммуникация (массовые коммуникации); макроавтокоммуникация (культура)» [Борев В.Ю., Коваленко А.В., 1986: 91]. Такое детальное членение представляется ненужным. В принципе, все виды коммуникации можно свести к межличностной и массовой коммуникации. Первая предусматривает непосредственный контакт коммуникатора с реципиентом (в ходе этого контакта они могут неоднократно меняться своими ролями) (сюда же входит непосредственный контакт индивида и группы), второй — контакт, опосредованный через специальные каналы массовой коммуникации. Хотя некоторые исследо-

ватели выделяют еще и самообщение, т.е. когда личность выделяет сама в себе партнера по общению [Лебедь О.Н., Лебедь В.Н., 1971: 115].

Причем оба этих вида общения (межличностное и массовое) имеют взаимодополняющий характер. То есть при дефиците одного из видов, происходит восполнение дефицита за счет другого вида общения. Например, письма в редакции всегда писали, в основном, пенсионеры, т.к. у них образовался дефицит межличностного общения после отхода от активной производственной деятельности. Такое же возмещение происходит и внутри каждого вида общения. Те же пенсионеры активно участвуют в межличностной коммуникации с соседями (бабушки у подъезда), восполняя тем самым дефицит коммуникации. Такой же механизм взаимной компенсации (по выражению В.С.Коробейникова [Коробейников В.С., 1983: 20]) возникает при неудовлетворенности информационных потребностей одним из видов коммуникации. Например, в авторитарных обществах вследствие этого активно развиваются слухи, т.к. граждане не верят официальным медиа.

Вообще, неформальные каналы играют большую роль в процессе общения индивидов. Эта тема активно разрабатывалась в работах ряда исследователей [Андрющенко Е.Г., 1971: 115; Коган В.З., 1991: 182-189; Черри К., 1972: 132].

В процессе общения люди обмениваются информацией, т.е. они специально отбирают, в большинстве случаев обрабатывают и передают другим людям информацию о различных явлениях, процессах, предметах. Большинство такой информации связано с проблемами, которые возникают в процессе деятельности людей и имеют для них актуализованный интерес. Эти факторы сохраняют свое значение и при переходе к информационной стадии развития общества.

Непосредственное отношение к характеру процесса общения имеют специфика и уровень развития средств общения. В.С.Коробейников выделяет «внутренние» и «внешние» средства. К первому виду он относит языковые и неязыковые знаки, т.е. знаки общения, прежде всего естественный язык. Ко второму, средства, предназначенные для размножения, распространения и сохранения информации. Массовый характер информации, по мнению этого ученого, обусловлен двумя факторами: 1) массовым производством и распространением сообщений, 2) массовой аудиторией. К иным признакам массового общения он относит косвенный характер контактов, опосредованность обратной связи, одновременность воздействия на аудиторию, высокую степень частоты и регулярности передачи информации, универсальность содержания, использование специальных технических средств и организаций для сбора и обработки информации [Коробейников В.С., 1971: 9-12].

И межличностное, и массовое общение имеют свою специфику. Они не перекрывают друг друга. У них различный инструментарий и, зачастую, различные цели. Массовое общение не способно решать задачи, стоящие перед межличностным, и наоборот. При этом канал передачи сообщения играет большую роль в выборе формы его передачи.

Многие западные исследователи (Л.Тейер, Дж.Йенсен) считали массовую коммуникацию усиленным техникой вариантом межличностной. То есть приоритет, в духе М.Макклюэна, переносился на средства коммуникации. Советские же ученые (В.С.Коробейников,

Е.П.Проخورов) рассматривали массовую коммуникацию, прежде всего, как социально обусловленный процесс. Такой же подход сохранялся и при рассмотрении отдельных элементов массового общения. Так, аудиторию многие западные исследователи считали простым собранием индивидов, которые имеют различные цели и ничем не объединены кроме просмотра, прослушивания или прочтения конкретного журналистского произведения. Для советских же ученых, аудитория — это группа людей, объединенных определенными социальными потребностями. Представляется неправомерным выпячивание отдельных элементов коммуникации в ущерб остальным. Особенности коммуникатора, содержание массовой коммуникации, аудитория, эффективность коммуникации имеют такое же значение, как и каналы коммуникации. Что касается аудитории, то представляется справедливым ее определение, как совокупности людей, объединенных информационными потребностями. И абсолютно неприемлемыми являются подходы, когда массовая коммуникация рассматривалась «как форма социального общения, функциональные и психолингвистические особенности которой обуславливаются идеологическими задачами... партийными принципами» [Смирнов В.В., 1983: 201]. Подход к массовой коммуникации, как к пропаганде не только обедняет это явление, но и подрывает доверие аудитории к результатам деятельности журналистов. Теория пули, согласно которой аудитория представляет собой неподвижную мишень, беззащитную перед информационным влиянием, давно утратила свою актуальность. Коммуникатору стоит учитывать, что пропаганда часто вызывает обратное действие. Как отмечал В.Ж.Келле, «одной из вредных догм является молчаливо принимаемое предположение, что людьми более или менее одинаково и адекватно усваивается в нашем обществе вся преподносимая им духовная пища. Между тем, это глубокое заблуждение, ибо, выражаясь языком кибернетики, на выходе пропаганды (т.е. усвоенным) часто оказывается не то, что ожидалось и давалось на входе [Келле В.Ж., 1966: 11].

Вообще, идеологическое противостояние, которое продолжалось десятилетиями, привнесло политизацию даже в область терминологии. Так, понятия «коммуникация», «массовая коммуникация», «масс-медиа» считались буржуазными, а вместо них предлагались дефиниции, имеющие яркую идеологическую окраску, например, «средства массовой информации и пропаганды». Между тем, термин «коммуникация» достаточно нейтрален. Он имеет латинское происхождение и означает делать общим, связывать, общаться. Даже «Советский энциклопедический словарь» давал нейтральное определение этому термину: «общение, передача информации от человека к человеку в процессе деятельности» [Советский энциклопедический словарь, 1981: 617].

Таким образом, будет справедливо указать, что термины «коммуникация» и «общение» являются синонимами. Такой же точки зрения придерживались ряд отечественных и зарубежных ученых. Ю.Д.Прилюк считал оба понятия равноправными и обозначающими «информационный обмен в обществе» (хотя в духе своего времени он воспринимал термин «массовая коммуникация» как буржуазный) [Прилюк Ю.Д., 1985: 32-38, 127]. И.А.Федякин писал, что «оба термина — «коммуникация» и «общение» — тождественны по сути, содержательно-

ти [Федякин И.А., 1988: 33]. А.А.Леонтьев отмечал, что «Общение, или коммуникация, одна из форм взаимодействия людей в процессе деятельности. Представляя собой процесс обмена сообщениями, в которых содержатся результаты отражения людьми действительности, общение является неотъемлемой частью их социального бытия и средством формирования и функционирования их сознания, индивидуального и общественного» [Леонтьев А.А., 1975: 154].

Непосредственную связь имеют термины «общение» и «сообщение». М.Хайдеггер понимал феномен сообщения в онтологически широком смысле. То есть сообщение, которое уже состоялось, к примеру, прозвучало, есть только частным случаем экзистенциально взятого сообщения. Последнее артикулирует со-бытие (в смысле бытие друг с другом) [Хайдеггер М., 1997].

Н.Луман разделял коммуникацию на сообщение и информацию. При этом «сообщение — есть то, что стремится преподнести мне мой коммуникативный партнер, например, попытаться меня дезинформировать или мной манипулировать; информация — это то, что я воспринимаю в его сообщении, то, что меняет коммуникацию, заставляет течь ее по-другому, например, если я распознаю попытку меня дезинформировать» [Луман Н., 2005: 211]. Особо, при этом, выделялась роль понимания, как средство дифференциации информации и сообщения, т.е. отделение в коммуникации нужного для индивида от нужного для партнера.

Таким образом, ни отдельный индивид, ни общество в целом не может существовать без процесса коммуникации, общения. Существуют два основных вида общения: межличностное и массовокоммуникационное. Они равноправны (т.е. не находятся в иерархической зависимости) и взаимодополняют друг друга (т.е. при дефиците одного вида общения индивид склонен к более активному обращению к другому виду). При переходе к информационной стадии развития общества процессы общения интенсифицируются и играют все более важную роль в жизнедеятельности как отдельных личностей, так и общества в целом.

Эффективное общение предусматривает определенный уровень понимания между коммуникатором и коммуникантом. В процессе общения (в том числе и массовокоммуникационного) его участники могут меняться ролями (хотя при межличностном общении этот процесс происходит более активно).

Общение является необходимым условием любой социальной активности. Оно представляет собой процесс обмена информацией, т.е. отбора, в большинстве случаев обработки и передачи информации о различных явлениях, процессах, предметах.

Идеологическое противостояние привело к тавтологии в области терминологии. Так, понятия «коммуникация», «массовая коммуникация», «масс-медиа» считались буржуазными, а вместо них предагались дефиниции, имеющие яркую идеологическую окраску, например, «средства массовой информации и пропаганды». К сожалению, эта тенденция сохраняется до сих пор (употребление понятий «средства массовой коммуникации», «средства массовой информации»).

Также справедливо указать, что термины «коммуникация» и «общение» являются синонимами. В науке была достаточно продолжительная дискуссия по этому поводу, но в данный момент она фактически

закончена и аргументация тех, кто разделяет эти понятия, не представляется убедительной.

## Определение массовой коммуникации

Прежде чем заниматься анализом основных составляющих массовокоммуникационного процесса, конечно, нужно изучить, что же такое массовая коммуникация, как она функционирует и тому подобное. Это тем более необходимо потому, что до сих пор в отечественной науке о журналистике продолжают споры вокруг понятия «массовая коммуникация». Эти споры остались нам в наследство в результате противостояния Востока и Запада, которое отразилось не только в политике или гонке вооружений, но и в науке.

Принято считать, что понятие «массовая коммуникация» возникло в начале XX ст. в США. Его автор — выдающийся психолог Ч.Кули.

В.П.Терин так описывает историю создания и разработки термина. В 1909 году Ч. Кули, автор теории «приобщения» индивидов к «большему сознанию» как совокупности накопленных социально значимых «состояний чувствования» и «отображений (imagnations)», выделяет коммуникацию в качестве средства актуализации «органически целого мира человеческой мысли» [Cooley Ch.H., 1953; по Терин В. П., 1997: 26]. В 30-х гг. XX в. Дж.Г. Мид рассматривал общество как результат совокупности процессов взаимодействия индивидов друг с другом. Он отмечал, что тождество образующихся в сознании индивидов значений актов взаимодействия позволяет каждому из них принимать на себя роль «другого», в том числе и «обобщенного другого», когда накопленный ими опыт предстает редуцированным таким образом, что выступает по отношению к ним в качестве общезначимого и общедоступного [Mead G.H., 1934; по Терин В. П., 1997: 26-27]. Отсюда идет представление о «коммуникации», или общении коммуникатора и аудитории, как отношении «социальных актеров», которых телеологически объединяет одинаковый смысл, вкладываемый ими в распространяемые при этом сообщения [Терин В. П., 1997: 26-27].

Как особый вид социального общения массовая коммуникация осуществляется в масштабах всего общества, выступает важнейшим условием общественного развития и организации. Особенностью массовой коммуникации является, прежде всего, ее социальная обусловленность, которая дает основание рассматривать ее в системе социальных отношений и как определенный вид данных отношений [Коробейников В.С., 1983: 3-68; Краткий словарь по социологии, 1989: 347-349; Смирнова М.Г., 1984: 13-22; Социология журналистики, 1981: 3-52; Шевченко В.Ф., 1972: 3-8].

Сообщения массовой коммуникации играют большую роль в жизни людей, и поэтому, конечно, привлекают к себе внимание исследователей. Нужно отметить, что еще и до сих пор в науке о массовой коммуникации остается немало «белых пятен».

Этим, в частности, обусловлены разные взгляды на ключевое понятие «массовая коммуникация».

Более-менее широкое определение дано в «Философском словаре»: массовая коммуникация — это «процесс распространения информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм и тому подобное) с помощью технических средств (пресса, радио, кинематограф, телевидение) на численно большую, размещенную в разных местах аудитории» [Философский словарь, 1972: 229]. Через 12 лет в следующей редакции это определение было несколько усовершенствовано: «передача информации с помощью технических средств (через прессу, радио, телевидение, кино, звуко- и видеозапись) на массовую, расположенную в разных местах, неоднородную и анонимную аудиторию с целью утверждения духовных ценностей и осуществления идеологического, политического, экономического и организационного влияния на оценки, мысли и поведение людей» [Философский энциклопедический словарь, 1983: 348].

Подобный подход демонстрируют и авторы «Краткого словаря по социологии»: «процесс распространения социальной информации (внегенетической, семантической, фиксируемой в знаках) с помощью технических средств (печать, радио, телевидение, видеозапись, кино) на численно большие и рассредоточенные аудитории». При этом массовая коммуникация осуществляется в масштабах всего общества [Краткий словарь по социологии, 1989: 148-149].

В коммуникативистике понятие «массовая коммуникация» трактуется не только как процесс связи, но и передачи информации через масс-медиа. При этом выделяются пять особенностей этого процесса: 1) массовость аудитории; 2) ее гетерогенность; 3) использование сверхскоростных и репродуктивных средств связи; 4) быстрое распространение сообщений; 5) относительно небольшая потребительская стоимость информации. С.Хед считал, что массовая коммуникация — это почти одновременная доставка одинаковых сообщений путем их репродуцирования и распространения большой и недифференцированной массе людей. Если какое-то из этих условий не соблюдено, то, по мнению исследователя, это уже не будет массовая коммуникация [Head S., 1976: 81-82, 461-466; по Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 118]. Много исследований посвящено коммерческому фактору в развитии масс-медиа. Интересным является также вопрос, как американские ученые относятся к обозначению средств связи (например, телефон или телеграф), которые предназначены для тиражирования инфотоварной массы. Существует мнение, что их надо выделять отдельно и обозначать термином «mass communications», т.е. массовые коммуникации во множественном числе. В «Словаре языка средств массовой информации США» массовая коммуникация определяется как «процесс быстрого распространения создаваемых механическим или электрическим способом дубликатных копий информации для гетерогенного и часто большого количества людей», а массовые коммуникации как «индивидуальные сообщения, доставляемые различными средствами: по телефону, с помощью телеграфа, радио, телевидения и т.п.» [Элмор Р. Терри, 1992: 351; по Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 118]. В коммуникативистике существует также мнение, что следует отличать массовую коммуникацию как процесс, связанный только с традиционными медиа (т.к.

в нем задействованы профессиональные журналисты) [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 118-119].

Г. Малецке считал, что массовая коммуникация — это «та форма коммуникации, в которой высказывание публично (то есть без ограниченного и лично обозначенного круга получателей), при помощи технических средств распространения (медиа), опосредовано (то есть при наличии пространственного, временного или пространственно-временного расстояния между партнерами по коммуникации) и односторонне (то есть без изменения ролей между коммуникаторами и реципиентами) передается дисперсной аудитории» [Maletzke G., 1963: 32; по Гьомберг В., 2011: 196].

Украинская исследовательница Н.Даниленко считала, что массовая коммуникация — это «институализированный, социально обусловленный макропроцесс производства, распространения информации и обмена нею, который реализуется с помощью особых технологий и средств (технически оборудованных масс-медиа) [Даниленко Н., 2004: 61].

На социальный характер массовой коммуникации сделали упор авторы «Социологического справочника». Они определили массовую коммуникацию как «процесс передачи и распространения социальной информации, носящий целенаправленный характер». С исторической точки зрения массовая коммуникация является «объективным процессом культурного наследия», а с актуальной — «трансляцией информации внутри данного социума». Информация в массовой коммуникации носит опосредовано-знаковый характер [Социологический справочник, 1990: 327-328].

Глубокий анализ процесса массовой коммуникации дала выдающийся украинский социолог Н.В.Костенко. Ее выводы справедливы не только для социологии. Н.В.Костенко указала, что массовую коммуникацию описывают либо в терминах социального общения, либо социального обмена, либо социального взаимодействия. Общим во всех этих описаниях то, что речь идет о символических формах взаимосвязей в обществе. Массовая коммуникация при этом определяется как «фундаментальное состояние современного общества, в котором сложная структура социального и культурного пространства с его многочисленными секторами, связанными между собой функционально и по детерминистическим образцам, осуществляется в символических формах и образах, которые способна воспринимать и понимать корпоративное, массовое и индивидуальное сознание» [Соціологія, 2005: 211-212].

Большой энциклопедический словарь дает следующее определение массовой коммуникации: «систематическое распространение информации (через печать, радио, телевидение, кино, звукозапись, видеозапись) с целью утверждения духовных ценностей данного общества и оказания идеологического, политического, экономического или организационного воздействия на оценки, мнения и поведение людей» [Большой энциклопедический словарь, 1997; по Шкондин М.В., 2002: 14]. В последнем определении элемент эффектов явно превалирует над остальными составляющими этого сложного процесса.

В ином словаре подошли к определению массовой коммуникации чересчур упрощенно: «процесс передачи информации группе людей одновременно с помощью специальных средств — масс-медиа» [Глоссарий...].



Близкий к этому подход демонстрирует С.В.Бориснёв. Он также определяет массовую коммуникацию через специальные признаки масс-медиа. Исследователь считает, что «массовая коммуникация представляет собой взаимодействие социальных субъектов, осуществляемое посредством обмена массовой информацией с помощью специальных средств (печать, радио, телевидение), в результате чего сообщение поступает сразу к большим группам людей» [Бориснёв С.В., 2003: 118].

Российские исследователи А.Ситников и М.Гундарин сравнили западный и советский подходы к определению массовой коммуникации. Западный представлен мнением Дж.Доминика о том, что массовая коммуникация — это «процесс, в ходе которого сложно организованный институт посредством одного или более технических средств производит и передает общезначимые послания, которые предназначены для большой, разнородной и рассеянной в пространстве аудитории» [по Ситников А.П., Гундарин М.В., 2003: 21], а советский — взглядами Ю.А.Шерковина: «массовая коммуникация — процесс распространения социальной информации с помощью технических средств на практически неограниченную территорию и аудиторию для оказания воздействия на установки, мнения, оценки и поведение людей» [Шерковин Ю.А., 1973: 34; по Ситников А.П., Гундарин М.В., 2003: 22]. Было констатировано как наличие схожести двух определений, так и определенные различия (прежде всего в вопросе определения коммуникатора, типа распространяемой информации и цели деятельности).

Хотя акцентирование на достижения эффекта от коммуникации характерно, прежде всего, для западной функционалистской традиции. Еще Г.Д.Лассуэлл определял массовую коммуникацию как целенаправленное воздействие коммуникатора на аудиторию с помощью сообщений, передаваемых техническими средствами [по Терин В.П., 2000: 49]

Некоторые исследователи обращают внимание, прежде всего, на момент общения: массовая коммуникация — это «анализ общения, которое осуществляется путем использования средств массовой коммуникации (прежде всего, прессы, радио, телевидения)» [Современная западная социология, 1990: 180], «процесс массового духовного общения, обмен социальной информацией между социальными субъектами, опосредствованный специальными техническими средствами и социальными институтами, которые их обслуживают: средствами массовой информации и пропаганды» [Манаев О.Т., 1981: 124]. Последний автор — белорусский исследователь О.Т.Манаев — считал, что социальная информация трансмиссируется в рамках массовой коммуникации и состоит из нескольких потоков коммуникации: поток информации от коммуникатора (редакций газет, радио, телевидения и их издателей) к коммуниканту (массовой аудитории), поток информации от коммуниканта к коммуникатору («непосредственная» обратная связь) и поток информации от одного коммуниканта к другому через СМИП («опосредствованная» обратная связь).

По мнению Б.А.Зильберта массовая коммуникация отражает широкое понимание сферы коммуникации, которая включает в себя и идею сообщения как информационный аспект, и идею влияния как управленческий аспект [Зильберт Б.А., 1986: 4; по Серажим К., 2000: 19]. Развивая основные стороны этого определения, украинская ученая

К.С.Серажим выделила основные стороны массовой коммуникации: «1) МК — это процесс распространения информации и процесс влияния (то есть разновидность общения); 2) этот процесс имеет социальный характер, т.к. распространяемые знания, духовные ценности, моральные и правовые нормы всегда отражают интересы определенной социальной группы; 3) процесс МК осуществляется с помощью определенных технических средств (печати, радио, телевидения, кинематографа); 4) для МК характерен особенный вид аудитории...; 5) процесс МК систематичен по характеру функционирования; 6) процесс МК характеризуется созданием и распространением стереотипных представлений, понятий и образов» [Серажим К., 2000: 19].

Автор «Словаря массовых коммуникаций», американский ученый Х.Джекобсон считал, что «массовые коммуникации — это техническая форма коммуникации, которая позволяет быстро передавать информацию публично большой, разнородной и объективно безличностной аудитории» [Jacobson H., 1961]. В аналогичном словаре британских исследователей массовая коммуникация определяется через «институализованные формы производства и распространения общедоступных (публичных) сообщений, которые распространяются в большом масштабе, включая значительное распределение труда в их производственном процессе и функционировании, через сложное посредничество печати, фильма, фотографии и звукозаписи» [A Dictionary..., 1997: 132-133; по Зернецька О.В., 1999: 18-19]. Т.А.Глоба, рассматривая понятие массовой коммуникации, учитывала её специфику — органическое единство социальных и технических моментов. Она определила массовую коммуникацию как «специфический общественный институт, который исторически сложился и развивается и который он реализует путем быстрой передачи информации с помощью специальной техники для формирования мировоззрения и общественного мнения большой, разнородной, анонимной аудитории и побуждает ее к деятельности в соответствии с установками коммуникатора», Г.И.Хмара писала, что «массовая коммуникация — это социально обусловленный процесс влияния информации (пропагандируемого) с помощью каналов пропаганды и других технических средств на личность, разные группы населения, общество в целом, процесс, который учитывает социальную, демографическую структуру аудитории, ее интересы, запросы, психологическое восприятие, и направленный на формирование научного мировоззрения, гармоничное развитие человека» [Глоба Т.А., 1969: 4; Хмара Г.И., 1968: 67].

М.Лауристин называла массовой коммуникацией «опосредствованный техническими средствами и специальными социальными институтами процесс массового распространения в обществе определенных знаний, ценностных образов, норм восприятия и действия» [Лауристин М., 1972: 110-111]. Причем, как и Гербнер, она считала, что признак «массовый» касается не аудитории, а содержания массовой коммуникации, «как кумулятивном накоплении в коммутационном поле данного общества массы однотипной за своей направленностью и идеологическому содержанию информации» [Лауристин М., 1972: 111].

Ф.И.Шарков выделяет массовую коммуникацию как один из типов процесса коммуникации по масштабу распространения информации. Наряду с массовой выделяются внутриорганизационные, внешние,

внутригрупповые, межличностные и внутриличностные коммуникации. Сама массовая коммуникация по Ф.И.Шаркову представляет собой «систему взаимосвязей, позволяющую получить практически одновременный доступ к социально значимым сообщениям большому числу людей, независимо от места расположения, положения, социального статуса... Под массовыми коммуникациями можно подразумевать и одновременную связь с большим числом людей в ограниченном пространстве, позволяющую им осуществлять взаимодействие (коммуникацию) с «лидерами мнений» (например, митинги, шествия, презентации, концерты в больших открытых и закрытых помещениях (например, в крытых стадионах). Общим критерием для обоих видов массовой коммуникации является одновременное потребление большим количеством людей массовой информации» [Шарков Ф.И., 2003: 38-39]. И далее: «массовая коммуникация как вид социальной коммуникации представляет собой процесс распространения массовой информации. Это и процесс общения в больших общностях, и взаимодействие большого количества сторон, в процессе которого происходит интенсивный обмен огромным количеством информации» [Шарков Ф.И., 2003: 130]. С подобными взглядами трудно согласиться. И дело не только в размытости определений и отдельных просчетах. Исследователь не видит принципиальной разницы массовой и, например, межличностной коммуникации. Для него всё сводится к количеству реципиентов. При этом, естественно, не указывается, какое собственно количество позволяет назвать коммуникацию массовой. Да это, по-видимому, особенно и не важно. Ведь если отличие только в количестве аудитории, то можно применять те же механизмы и способы достижения эффектов в различных видах коммуникации. А это принципиально не верно. Различные виды коммуникации различаются, прежде всего, механизмом влияния на аудиторию, путями ее достижения, особенностями сбора, обработки и донесения информации. Кроме того, в рассматриваемом определении оказалось «потерянным» принципиальное положение о том, что аудитория массовой коммуникации находится в разных местах, рассеяна в пространстве.

Последнее положение признается практически всеми исследователями. Дискуссии возникают относительно гетерогенности аудитории. А.Ф.Федотова, рассматривая взгляды О.Ларсена о том, что под массовой коммуникацией понимается относительно одновременное воздействие на большие, гетерогенные аудитории каких-либо символов, передаваемых безличными средствами из организованного источника, для которого аудитории анонимны и Р.О'Хара о том, что «массовая коммуникация подразумевает процесс передачи идентичных сообщений большому числу людей, практически разобщенных» [О'Хара Р., 1964: 6; по Федотова А.Н., 2003: 38] (к этому можно было бы добавить и мнение Р.Элмора: массовая коммуникация — «процесс быстрого распространения механически или электронно сделанных дубликатов копий информации для гетерогенного и часто большого количества индивидуумов» [Ellmore R.T., 1992: 351; по Зернецька О.В., 1999: 18]), высказывает мнение, что направленный информационный поток делает аудиторию гомогенной, хотя избирательностью информации она отстаивает свою индивидуализацию [Федотова А.Н., 2003: 38].

Ряд исследователей при определении массовой коммуникации делают упор на каналы ее распространения. Например, А.А.Князев пишет, что «массовая коммуникация — процесс обмена информацией между группами людей посредством специальных средств — масс-медиа» [Князев А. А., 2002]. Хотя тут же выделяет черты массовой коммуникации, которые имеют опосредованное отношение к масс-медиа: массовость аудитории, ее гетерогенность, использование высокоскоростных и репродуктивных средств связи, быстрое распространение информации, относительно невысокая ее стоимость.

Аналогичного мнения придерживается и Н.И.Зражевская [Зражевська Н.І., 2006: 154], хотя тут же приводит точку зрения американских исследователей из «Словаря языка масс-медиа США» (1992), которые считают, что массовая коммуникация — это «процесс быстрого распространения созданных механическим и электрическим способами дубликатных копий информации для гетерогенного и большого количества людей» [по Зражевська Н.І., 2006: 154].

Как справедливо замечает Г.П.Бакулев, масс-медиа являются только средствами передачи информации. Сам Г.П.Бакулев определяет массовую коммуникацию как «процесс передачи или распределения информации или других форм символического содержания обширной, разнородной и географически рассеянной аудитории» [Бакулев Г.П., 2005: 3].

Некоторые исследователи, выделяя отдельные элементы процесса массовой коммуникации, выдвигают дополнительные условия отнесения таких элементов к массовокоммуникационным. Например, белорусский исследователь Е.И.Дмитриев считает, что при массовой коммуникации происходит распространение только систематической информации, к сожалению не определяя, что он вкладывает в это понятие [Дмитриев Е.И., 2001: 15].

Трудно согласиться и с мнением о появлении массовой коммуникации одновременно с возникновением человеческого общества [Кузнецова О.Д., 1996: 3; Кузнецова О.Д., 2005: 4-5]. Вызывают вопросы также и утверждения о том, что «массовая коммуникация — это массово-информационный поток, который идет от определенных социальных единиц (структур общества, например, советов, общественных организаций, групп, партий и т.п.) к аудитории» [Кузнецова О.Д., 1996: 12]. Кроме того, вряд ли можно назвать удачным подобное определение «массовая коммуникация — это организованный, регулированный массовокоммуникационный процесс информирования, который через средства массовой коммуникации влияет на массы» [Кузнецова О.Д., 2005: 13]. Естественно, теряется смысл, если понятие определяется через самое себя.

Ряд ученых считают, что массовую коммуникацию от иных видов общения отличают количественные показатели. Например, В.Б.Кашкин считал, что «Основные параметры, отличающие массовую коммуникацию от групповой — количественные. В то же время, вследствие значительного количественного превосходства (увеличение отдельных коммуникативных актов, каналов, участников и т.п.) создается новая качественная сущность, у коммуникации появляются новые возможности, создается потребность в особых средствах (передача информации

на расстояние, скорость, тиражирование и т.п.)» [Кашкин В.Б., 2000: 100]. При этом, к сожалению, игнорируются принципиальные отличия различных видов коммуникации.

Правильно отмечал украинский ученый В.В.Ризун понятие массовой коммуникации гораздо сложнее, нежели простое добавление слов «массы» и «коммуникация». На первый план он выдвигает профессиональную определенность по организации массового общения. С этим связано и определение массовой коммуникации: «под массовой коммуникацией (массовым общением, mass communication) мы понимаем организованное общение, являющееся видом общественно-культурной деятельности, которая происходит в виде взаимосвязанных интеллектуально-мыслительных и эмоционально-волевых действий, направленных на духовное, профессиональное либо другое объединение массы людей (масс)» [Ризун В.В., 2000: 12; Ризун В.В., 2008: 60]. То есть на первый план выдвигается организованность общения. Исследователь предлагает ввести в научный оборот отдельный термин: «профессиональная массовая коммуникация». Он считает, что это «мастерски организованное общение в виде общественно-культурной деятельности, участниками которого являются, с одной стороны, профессиональные вещатели (коммуникаторы, или коммуниканты), которые действуют согласно с общественно-этическими нормами, законами государства, требованиями технологии организации вещания и общения, и, с другой стороны, масса людей (массы, коммуникат), на которую осуществляют влияние профессиональные вещатели через средства массовой коммуникации, что является продуктом профессиональной массовокоммуникационной деятельности в сфере информационной индустрии как «институционализованной формы производства и распространения общедоступных (публичных) сообщений в большом масштабе, включая значительное разделение труда в их производственном процессе и функционировании из-за сложного посредничества печати, фильма, фотографий и звукозаписи» (J.Watson, A.Hill)» [Ризун В.В., 2000: 15].

Примыкает к этому определению системно-деятельностный подход к массовокоммуникационному процессу, который, в частности, демонстрирует российский ученый А.Н.Шеремет. Он считал, что «массовая коммуникация — это вид духовно-практической деятельности, то есть деятельности по трансляции, переносу в практическое сознание ценностей специализированного сознания в форме оценок, которые всегда являются оценками тех или иных социальных общностей, групп» [Шеремет А.Н.: Дисс..., 2004: 27]. Таким образом, массовая коммуникация рассматривается как разновидность производства духовных ценностей.

Немецкий ученый В.Шульц разделял социальную коммуникацию на межличностную и с помощью технических средств. При этом он подчеркивал публичность, т.е. принципиальную доступность массовой коммуникации, к которой относил печатные медиа, телерадиовещание, кинофильмы и так называемую развлекательную электронику (видео, DVD, грампластинки, аудиокассеты, компакт-диски) [Публіцистика, 2007: 620-621].

Термин «массовая коммуникация» употребляется как в отечественной, так и в заграничной литературе неоднозначно. Им помечают как

минимум три явления: 1) процесс передачи и распространения информации на массовую аудиторию, 2) собственно информацию, 3) средства массовой коммуникации. Проблема неоднозначности этих определений осознается уже достаточно давно. Еще в 1967 г. на встрече социологов, которые занимались проблемами массовой коммуникации, в г. Кяэрику была сделана попытка принять общее решение, понимать под массовой коммуникацией социальный процесс распространения информации в обществе средствами прессы, радио, телевидения и тому подобное. Для обозначения содержания коммуникации было предложено пользоваться термином «социальная информация», а институты распространения коммуникации называть «средствами массовой информации».

Массовая коммуникация всегда направлена на большую, неоднородную и анонимную аудиторию. Принято считать, что аудитория должна быть такой большой и массовой, чтобы состоять из такого количества членов, которое не сможет охватить коммуникатор при непосредственном общении. Имеется в виду, что аудитория принимает участие в процессе общения в течение незначительного периода времени, за которое передается сообщение. Под неоднородностью аудитории понимается то, что она состоит из совокупности индивидов разного пола, возраста, уровня образования, положения в обществе, которые живут в разных населенных пунктах. Анонимность аудитории означает, что ее отдельные члены неизвестны коммуникатору [Социология и пропаганда, 1986: 101-102]. На наш взгляд, эти определения расплывчаты и лучше определять аудиторию масс-медиа за совокупностью качеств, а не за каким-то одним.

Интересные мысли выразил по поводу термина «массовая коммуникация» известный российский ученый Б.М.Фирсов. Он считает, что «массовая коммуникация — это социально обусловленный процесс распространения информации (знаний, духовных ценностей, моральных, правовых и других норм) в обществе на многочисленно большие и расположенные в разных местах аудитории с помощью специальных институтов, которые используют для этого технические средства (пресса, радио, телевидение)» [Фирсов Б.М., 1979: 13]. Это определение охватывает несколько моментов. Массовая коммуникация здесь подается как разновидность общения, которая осуществляется в масштабах общества в целом и является таким же необходимым для поддержания жизнедеятельности общества, как и межличностное общение для отдельных индивидов. Средствами массовой коммуникации (инструментами общения) выступают пресса, радио, телевидение, институты с помощью которых осуществляется коммуникация. Характеристиками структуры содержания информации охватывается не только спектр психологического влияния (то есть разная модальность), но и указывается направление социального влияния на уровне общества (информирование и формирование установок). Это тоже входит в функции массовой коммуникации в обществе. Способ распространения информации показывает также ее семиотическую специализацию. Как любое общественное явление массовая коммуникация носит организованный характер. Формой ее социальной организации являются институты — средства массовой коммуникации, то есть пресса, телевидение, радио-овещание и тому подобное. Деятельность этих средств по распростра-

нению информации и ее социальные последствия дают возможность понять особенности процессов массовой коммуникации, которые присущи определенному обществу.

Следует отметить, что процессы массовой коммуникации исследовали не только ученые-социологи и журналисты, но и представители смежных отраслей науки, в частности, культурологи. Они дали свое определение массовой коммуникации — объективно «исторический процесс культуронаследия, который обусловлен социальными потребностями и способствует социализации личности и функционированию культуры» [Борев В.Ю., Коваленко А.В., 1986: 2]. Свои подходы у культурологов к генезису и структуре, к определению основных компонентов и методологии анализа массовой коммуникации, типологии и системе категорий.

Для западных культурологов, например, Дж.Лалла, характерен более функционалистский подход. Дж.Лалл определял массовую коммуникацию как «передачу и прием информации, в том числе развлекательного материала, с помощью таких масс-медиа, как пресса, радио, телевидение, кино. Такой коммуникации присуща небольшое количество передающих информацию и очень большая аудитория» [Лалл Дж., 2002: 244]. Как видим, определение очень ограничено и даже не перечисляет все элементы массовой коммуникации, хотя построено именно по принципу простого перечисления.

По мнению Д.Питерса исследования массовой коммуникации долгое время были сосредоточены только на том, что отделяет ее от межличностной: анонимная аудитория, односторонние сообщения, неличностное обращение [Charles W., 1959: 11-14; по Питерс Д.Д., 2004: 229]. При этом упускались элементы, связанные с коммерциализацией медиа. Медиа стараются создать для аудитории свой мир, стать близкими этой аудитории. Именно от этого, по мнению американского исследователя, идет дух медиа-культуры [Питерс Д.Д., 2004: 229]. Анализируя взгляды З.Фрейда на процесс коммуникации, Д.Питерс высказывает мнение, что массовая коммуникация происходит, когда «дуальная форма (коммуникация, общение) с помощью технологий расширяется до гигантских масштабов» [Питерс Д.Д., 2004: 231]. Конечно, это упрощение. Массовая коммуникация отличается от межличностной не только применением технологий (часто они применяются и при межличностной коммуникации) и не только масштабами. Сам Д.Питерс указывает на значительно большие и по числу, и по значению различия между этими двумя видами коммуникации в культурной сфере. Кстати, взгляды американского исследователя на процесс массовой коммуникации иллюстрируются и подборкой цитат. В частности, он приводит мнение Дж.Рорти о том, что «массовое производство сделало необходимым массовую дистрибуцию, которая сделала необходимой массовую грамотность, массовую коммуникацию и массовую рекламу» [Питерс Д.Д., 2004: 289]. В целом, Д.Питерс повторяет вывод З.Фрейда о том, что медиа — это продолжение человеческого тела. Этот вывод трагичен, так как это продолжение не органично и скорее напоминает протезы [Питерс Д.Д., 2004: 231-232].

Много моментов являются общими для изучения процесса массовой коммуникации. Да, технические средства признаются нейтральными относительно аудитории. Мера, характер и степень влияния масс-медиа

на аудиторию зависят от установок коммуникаторов, от содержания и формы подачи сообщений. В.Ю.Борев считает, что масс-медиа одновременно служат: 1) каналом моментальной доставки информации, которая является условием массового общения в рамках данного социума (по горизонтали — в пространстве); 2) формой консервирования информации, которая создает предпосылки для передачи фактов культуры от поколения к поколению (по вертикали — во времени). В системе масс-медиа любое сообщение подлежит двум основным превращениям: консервированию (фиксация или регистрация) и тиражированию (репродукции). Прогресс общества вызывает затруднение культурных сообщений, которое стимулирует развитие массовой коммуникации и способствует созданию системы, удовлетворяющей требованиям сложности текста, который передается в совмещенных с информационной компактностью, наглядностью [Борев В.Ю., 1976: 4-11]. Существуют и другие взгляды на процесс коммуникации. Некоторые ученые считают, что массовая коммуникация является не прямой, односторонней и не имеет обратной связи. Одновременное распространение идентичных сообщений (информации) рассматривается как передача совокупности социальных норм, знаний и ценностей массовой культуры, какое доступное большим группам население [Кордобский О.С., 1969: 7-9].

Рассматривая социологическую модель массовой коммуникации, можно согласиться с тем, что основными элементами этой модели являются: 1) социальные субъекты, которые взаимодействуют в информационном процессе, 2) специфические социальные институты этих субъектов, которые опосредствуют это взаимодействие, 3) сама массовая информация как совокупность знаний, ценностей и норм. Последняя выступает, с одной стороны, предметом производства и распространения, из другой — восприятия и потребления. В этом значении массовая коммуникация — это «деятельность социального субъекта по производству и распространению социальной информации, направленная на формирование направления мыслей и действий социального объекта» [Алексеев А.Н., 1979: 43-57]. Эта деятельность осуществляется с помощью средств коммуникации.

В заграничной социологии массовых коммуникаций принято также выделять понятие «коммуникационная культура», которая отражает степень социального восприятия сообщений коммуникационных средств и их влияние на сознательную активность при практическом использовании для удовлетворения потребностей социального субъекта [Петев Т., 1984: 147]. Понятие «коммуникационная культура» можно конкретизировать с помощью таких вопросов.

1. В какой мере развита система коммуникационных средств и каналов?

2. В какой мере имеющиеся средства и каналы социально усвоены разными группами и социальными общностями?

3. Какой охват коммуникационной деятельности и взаимодействия и какая их интенсивность?

4. Какие типичные коммуникационные структуры при разных социальных группах и объединениях отвечают специфическому стилю жизни людей?



5. Какие функции (общесоциальные, групповые и личностные) осуществляются в процессе коммуникационного взаимодействия?

6. Какие социальные потребности и интересы реализуются и репродуцируются в процессе коммуникации и с соблюдением каких коммуникационных ценностей и норм.

7. Как осуществляются некоторые социально значимые отношения в ходе коммуникационных взаимодействий, а также на послекommunikационном этапе? Когда эффект массового общения социально значим и для каких возрастных и профессиональных групп?

Массовые коммуникации изучаются социологией с двумя целями. Во-первых, ставится вопрос, что можно сделать, если использовать средства социологического и социально психологического изучения для улучшения работы радио, кино, телевидения и тому подобное. Эта цель носит прагматичный характер, и именно такие исследования наиболее распространенные на Западе. Вторая цель, по-видимому, противоположная. Она заключается в том, чтобы изучать общество с помощью средств коммуникации, которые функционируют в обществе.

Вообще, нужно согласиться с тем, что с помощью коммуникации осуществляется обмен мнениями между людьми, а сама коммуникация является процессом передачи и восприятия знаков, которые имеют информационное значение. Они бывают четырех основных видов: словесные, кинетические, музыкальные и графические, могут использоваться или отдельно, или вместе. В процессе массовой коммуникации преодолевается ряд преград: физические — в виде пространства и времени, социальные — они помечают статус индивидов в обществе, гносеологические — возникают из-за отсутствия опыта или знаний, психологические — отношение представителей аудитории к действительности. Соответственно в процессе коммуникации принято отличать признаки внешние, связанные с преодолением физических преград, и внутренние, которые касаются преодоления внутренних преград (например, внимания или запоминания).

Внешние признаки, то есть время, за которое информация поступает от коммуникатора к аудитории, частота и интенсивность контактов, масштабы охвата аудитории, влияют на эффективность коммуникации. Большое значение имеют и внутренние признаки, например, стиль материала, условия его восприятия и тому подобное [Шерковин Ю.А. К вопросу..., 1967: 8-40].

Необходимо отметить, что отдельные исследователи предлагали свои термины для обозначения процесса массовой коммуникации.

Так, А.Н.Алексеев предложил термин «информационно-пропагандистский процесс» как синоним «массовой коммуникации» [Алексеев А.Н., 1979: 43].

Первые определения массовой коммуникации возникли в советской литературе в середине 1960-х гг. Ю.А.Шерковин рассматривал коммуникацию, как «односторонний поток информации, адресованный сравнительно анонимной, достаточно большой за количеством и разнообразной по многим признакам аудитории» [Шерковин Ю.А. О природе..., 1967: 42]. Л.Н.Коган предлагал рассматривать массовую коммуникацию как способ деления духовной культуры (конечно же, в это понятие вкладывалось, прежде всего, идеологическое, классовое содержание)

[Ценностные..., 1968: 92-93]. Взгляды Б.М.Фирсова по этому вопросу нам уже известны, но приведем еще одно определение, которое он дал: «Массовая коммуникация — социально обусловленный процесс передачи информации в обществе с помощью технических средств (пресса, кино, радио, телевидение) на количественно большие, структурные, но расположенные в разных местах аудитории. Информация рассматривается здесь как сочетание знаний, ценностей и норм, а ее распространение сравнивается с распространением культуры» [Фирсов Б.М., 1969: 9]. Эстонский исследователь Ю.Вооглайд считал, что «массовая коммуникация как специфический вид социальной коммуникации определяется как институционализируемая, односторонняя, опосредствованная, публичная, которая не имеет непосредственной обратной связи, распространяется одновременно или за короткий период времени с помощью технических средств в массовой и, с точки зрения коммуникатора, — анонимной, расположенной в разных местах аудитории» [Вооглайд Ю., 1970: 4]. Конечно, во всех этих понятиях просматриваются классовые подходы. Причем некоторые авторы давали их в незакамуфлированном виде. П.Н.Матюшевич характеризовал массовую коммуникацию как «одну из социально обусловленных форм общения между людьми, которая носит безличностный, управляемый и массовый характер, выражает классовые интересы определенной общественно-политической системы» [Матюшевич П.Н., 1969]. Аналогичные определения давали и ученые стран народной демократии. Так, исследователь из Восточной Германии О.Мюллер считал, что «массовая коммуникация — это такая форма коммуникации, при которой имеет место публичная и односторонняя передача сообщений аудитории, расположенной в разных местах, с помощью технических средств, и позволяет преодолеть пространственную или временную дистанцию, которая имеет целью осуществить управляющее влияние... на поведение максимально большей части населения в интересах группы или класса, владеющего техническими средствами» [Mueller O., 1967: 29-30]. Может возникнуть вопрос, стоит ли вести дискуссии по сугубо терминологическим вопросам. Но определение термина «массовая коммуникация» — это очень важная проблема хотя бы потому, что позволит найти единственное родовое имя для всех составляющих журналистского процесса, двусмысленность здесь может привести к потерям времени и снижению уровня научных исследований.

Теперь рассмотрим определения, которые дают процессу коммуникации западные ученые. Американский исследователь В.Вивер считает, что коммуникация — это «все процессы, с помощью которых один ум может влиять на другой» [Shannon C., Weaver W., 1964: 116]. Француз Ж.Фолье уточняет это положение: при посредничестве коммуникации одно сознание пробуждает в другом картины, концепции, чувства, позиции, глобальные психологические эффекты» [Folliet J., 1969: 7]. По Ж.Фолье, информация это такая коммуникация, с помощью которой сообщается о новом, раньше неизвестном факте, событии, явлении и тому подобное. Без этого элемента новизны коммуникация перестает быть информацией. Для иллюстрации он приводит ряд примеров.

Пример первый. Ситуация, когда влюбленный уже не первый раз объясняется своей девушке в любви. Она уже знает об этом и потому

для нее это не информация. Но если бы он заявил об этом в мэрии или ее родителям, то это было уже новостью, информацией.

Второй пример. Группа людей замечает, что пошел дождь.

Когда они обсуждают этот вопрос, это коммуникация, но не информация, потому что наличие дождя очевидно и не новость.

Но если бы это было сообщение метеоцентра, то для людей, которые не знали о погоде в данной местности, это является новостью.

Следовательно, информация, — делает вывод Ж.Фолье, — это только частный случай коммуникации. На наш взгляд, это неоправданная попытка свести серьезные и глубокие понятия к чисто бытовому уровню. Новизна не является обязательным атрибутом информации, но эта порочная логическая схема сразу была использована теми социологами, которые хотели искусственно отделить понятие «средства массовой коммуникации» и «средства массовой информации». Так, Н.С.Бирюков отмечает, что массовая коммуникация — это «общение, адресованное не высокоразвитым членам общества, а «чувственной массе», безличностной толпе» [Бирюков Н.С., 1977: 147].

Другие ученые, например, И.А.Федякин, считают, что информация уже коммуникации, потому что не охватывает такой важной части, как информирование, то есть процесс передачи информации. Он считает, что термин «средства массовой информации и пропаганды» неточный, потому что информация по своему содержанию не может называться массовой.

Массовым может быть распространение информации, информирования [Федякин И.А., 1988: 4]. Он предлагает вместо термина средства массовой информации и пропаганды (СМИП) использовать средства массовой коммуникации (СМК). «Уже само название «средства массовой информации и пропаганды», — по мнению И.С.Кона, — содержит в себе задание. У нас их чаще называют средствами массовой информации. Пока весь поток информации был преимущественно официальным и однонаправленным — пресса, радио и телевидение информировали читателей и зрителей о принятых где-то решениях и событиях и тем самым влияли на аудиторию, — данный термин был полностью точным» [Кон И., 1987: 99]. Нужно отметить, что И.С.Кон имел в виду, прежде всего, средства, а И.А.Федякин предлагает рассматривать весь процесс в целом, как целостное социальное явление. Масс-медиа, с одной стороны, отражают факты и события, а, с другой, сами влияют на их формирование. Е.А.Ножин из позиций семантического анализа целостного образования не считает целесообразным полностью выводить значение подобного сложного знака-термина из значений единиц, которые его составляют. Синтез добавляет новое качество. «Собственное (или буквальное) значение термина «массовая коммуникация» дает только приблизительное впечатление о характере понятия, которое им отражается. Уточняя значение термина «массовая коммуникация» следует исходить не из этимологических поисков относительно его терминокомпонентов, как это чаще всего делают, а из анализа того понятия, которое называет этот термин» [Ножин Е.А., 1974: 6]. Хотя, конечно, и значение составляющих термина «массовая коммуникация» тоже играет важную роль.

Массовая коммуникация несет в себе социальную информацию как содержание, включает процессы обмена этим содержанием,

а также семиотические и технические средства, которые используются при этих обменах, и технические каналы этих обменов. По мнению В.Г.Афанасьева, социальная информация циркулирует в обществе и используется в управлении общественными объектами, отношениями и процессами [Афанасьев В.Г., 1986: 329]. Он считает, что «социальная информация идеальна, духовна по своему содержанию, хотя и приобретает материальную оболочку языка, знака, символа, модели и тому подобное» [Афанасьев В.Г., 1977: 36-37]. А.Н.Малахов и В.В.Почепко считают массовую коммуникацию основной формой передачи и распространения информации [Малахов А.Н., Почепко В.В.: 7-8]. Интересную закономерность в этом плане зафиксировал эстонский философ Я.К.Ребане. Он отметил, что понятие информации в разных науках употребляется с существенным отличием в его содержании и объеме: от математически строгих способов определения количества информации до многих вариаций содержания информации в биологии и гуманитарных науках. В результате манипуляций с нечетко определенным понятием «информация» иногда создается только вид объяснения [Ребане Я.К., 1982: 45].

Согласно В.Г.Афанасьеву, информационное взаимодействие — специфическая форма социального взаимодействия. От того, насколько эффективно и рационально она организована, во многом зависит прогресс общества. «Мера слаженности, эффективности информационного взаимодействия — важный показатель общественного прогресса» [Афанасьев В.Г., 1980: 239]. В.З.Коган называет информационное взаимодействие «одной из необходимых и фундаментальных предпосылок существования человека» [Коган В.З., 1985: 10]. Следовательно, массовая коммуникация включает в себя и содержание, и организацию информационного взаимодействия.

А.В.Петров проанализировал, какие доводы приводят противники термина «массовая коммуникация» и какими терминами они хотят его заменить. Выделены три основных довода: 1) термин не выражает классовой принадлежности средств, 2) он притупляет политическую направленность содержания средств, скрывает их пропагандистские функции, 3) термин охватывает только момент связи, передачи информации и не показывает других функций этих средств.

Вместо него разные исследователи предлагали термины: пропаганда (А.Власова, И.Иванов, А.Панфилов, О.Строганов), средства массовой пропаганды (Е.Губский), средства влияния на массы (В.Бровиков, И.Попович), средства влияния (И.Федякин), средства массового влияния (Г.Зборовский, Т.Глоба), средства массовой информации (Я.Засурский) [Петров А.В., 1973: 42]. Легко заметить, что ни одна из предложенных замен не отвечает тем требованиям, которые выдвигают сами ученые. Тем более, что эти требования имели значение только во времена противостояния двух супергосударств и двух идеологий. В наше время позиции этих ученых, и это закономерно, изменились, и большинство из них не возражает против использования в научном обращении термина «массовая коммуникация». Интересна деталь, защищая право на использование термина «коммуникация» в нашем недавнем прошлом А.В.Петров отмечал то, что это слово имеет общий корень со словом «коммунизм».

Некоторые современные исследователи [напр., Квіт С., 2008: 13] считают, что употребление термина «массовая коммуникация» в единичном числе связано с советской традицией и предлагают упоминать его во множественном числе и понимать как «определенное разнонаправленное информационное взаимодействие, т.е. много разнородных актов коммуникации в середине общества».

А вот как смотрели на это дело филологи. Они считали, что термин «массовая коммуникация» «свидетельствует о том, что наука имеет дело с явлением, которое находится в ряду тождественных явлений: массовое производство вещей, массовое строительство сооружений, массовая культура, массовое искусство, массовый спорт, массовые организации и, наконец, массовая информация в виде индустриально воспроизводимых текстов, которые относятся к разным типам знаковых систем» [Волков А.Г., 1973: 11].

Большой интерес к масс-медиа объясняется тем, что они играют чрезвычайно большую роль в жизни миллионов людей. Американский специалист по проблемам телевидения Н.Джонсон писал: «Мы вышли из времени, в котором политическая и экономическая власть измерялась земельными владениями, или капиталом, или трудом, а перешли во время, которое в значительной мере определяется доступом масс к информации. Тот человек или орган, которые имеют доступ к максимальному объему нужной информации и используют ее в наиболее удобной форме в максимально короткое время, имеют сегодня наибольшую политическую, военную или экономическую власть» [Джонсон Н., 1971: 100].

Чтобы детальнее разобраться в проблемах массовой коммуникации, нужно посмотреть на значение отдельных составляющих этого термина. Проблема теории коммуникации, кроме вопросов, которые разработаны в теории информации Шеннона, включает у себя вопросы лингвистики, психологии, семиотики и других наук. Теория передачи информации исследует трансформацию сигнала во время его передачи, характер и влияние препятствий, возможность их ограничения, вопросы модуляции сигналов, так называемой пропускной способности информационного канала.

Коротко рассмотрим историю развития коммуникации. Революционный шаг в отрасли обмена информацией был сделан тогда, когда человечество изобрело письменность и систему счета.

Таким образом, люди приобрели универсальный способ для накопления и обмена информации о любых явлениях и процессах. Вместе с тем совершенствовались и способы передачи информации — вестовых гонцов сменило телевидение, радиовещание, космические спутники и тому подобное.

Важнейшим акустическим средством общения в человеческом обществе является язык. Письменный язык в течение многих веков играл роль универсального способа передачи информации.

Письменность возникает в сочетании противоположностей: оптической информации: графика, цвет, и акустической — звуковой язык. В течение нескольких тысячелетий письменность была единственным средством передачи и хранения информации, средством, которое позволяло преодолевать пространственно-временной интервал, который разделяет коммуникантов.

После изобретения телефонной связи, фонографа и радиосвязи, а затем кино и телевидения — эта уникальность письменного языка была потеряна [Шералиева Р., 1971: 21-25].

Глубоко рассматривалось понятие коммуникации в философских разработках западных ученых, в частности К.Ясперса. «Проблема коммуникации, — отмечал Ф.Кауфман, — пронизывает всю философию Карла Ясперса» [Kaufmann F., 1957: 193]. Понятие «коммуникация» употребляется Ясперсом как категория, которая характеризует общение, связь человека с другими людьми. Эта связь имеет социально-психологический характер.

Коммуникация Я с другими индивидами может выражаться в форме «экзистенциальной коммуникации», «коммуникации существования» [Jaspers K., 1932: 51]. То есть у К.Ясперса и его многих последователей коммуникация выступает как функция связи в обществе одиноких, как результат умственной деятельности абстрактных индивидов.

Советские философы и социологи утверждали, что коммуникация тождественна понятию общения и представляет собой процесс взаимосвязи и взаимовлияния всех основных компонентов, которые играют определенную роль в создании, переработке, передаче и приеме социальной информации. При этом речь идет об информации, рассчитанной на определенную «массу» людей, то есть этот процесс социально детерминирован. Техника, с помощью которой распространяется определенная информация, исполняет роль инструмента, который обеспечивает необходимый масштаб и качество такого рода деятельности [Социология средств..., 1991: 14-19]. Таким образом, ударение делалось именно на социальную природу информации.

Вообще, многие отождествляют общение с коммуникацией. В «Социальной психологии» говорится, что «общение, или коммуникация — одна из форм взаимодействия людей в процессе их деятельности» [Социальная психология, 1975: 154]. Мысль о том, что эти процессы подобны, выражал и В.М.Соковнин [Соковнин В.М., 1974: 9]. Коммуникация понимается как сложный процесс взаимосвязи и взаимовлияния всех составляющих коммуникационных компонентов, каждый из которых играет определенную роль в создании, обработке, кодировке, приеме сообщений.

Другой подход у представителей смежных дисциплин. Так, в кибернетике под коммуникацией понимается «обмен информацией между сложными динамическими системами или их частями, которые способны принимать информацию, накапливать ее, переделывать и тому подобное» [Урсул А.Д., 1971: 186]. Психологи определяют этим термином процессы обмена продуктами психической деятельности, а некоторые социологи передачу «социальной (негенетической, семантической, зафиксированной в знаках) информации в обществе» [Алексеев А.Н., 1970: 13].

Причем общественное направление коммуникации, а особенно массовой коммуникации подчеркивался не только советскими, но и западными социологами. Например, Г.Гербнер писал, что коммуникация в ее приближенном к общественной жизни значении, то есть как инструмент передачи «сообщений», которые имеют «общую значимость», всегда представляет интерес для сфер власти и политики. Обществен-

ная ценность коммуникации повысилась в наше время, когда социальное взаимодействие при участии массовых средств приобрело настолько широкие (национальные и более) масштабы, что стала ощутимо влиять на формы политики и общественного уклада [Gerbner G., 1972].

Таким образом, все самые разнообразные определения массовой коммуникации сводятся к тому, что это сложный процесс, связанный с передачей информации.

Подводя итог многочисленным определениям, кажется справедливым понимать под массовой коммуникацией процесс сбора, обработки и распространения социальной информации (то есть информации внегенетической, семантической, которая фиксируется в знаках) с помощью специальных каналов (пресса, радио, телевидение, видео, кино и тому подобное) на большую и расположенную в разных местах аудиторию.

## Особенности массовокоммуникационного процесса

Исследованием процесса массовой коммуникации посвящены многие научные работы. Ученые пытались исследовать особенности и составляющие этого процесса, его отличительные черты. Массовая коммуникация характеризуется, прежде всего, опосредованным влиянием на аудиторию, масштабами этого влияния, механизмом психологического воздействия. На особый путь достижения эффектов в массовой коммуникации влияет сохраняющееся относительное отчуждение коммуникатора от аудитории.

Д.МакКвэйл выделил такие основные характеристики массовой коммуникации: 1) наличие сложной формальной организационной структуры; 2) направленность на большую аудиторию; 3) открытость, публичный характер; 4) социально-культурная неоднородность аудиторий; 5) возможность одновременного контакта с большим числом рассеянных в пространстве и отдаленных от коммуникатора людей; 6) взаимоотношения между коммуникатором и коммуникантом обычно строятся на том, что коммуникант знает о социальном статусе коммуникатора; 7) коммуникация выполняет функцию сплочения аудитории вокруг общих ценностей, взглядов, моделей поведения [по Шарков Ф.И., 2003: 222]. Как видим, тут реализован структурно-функциональный подход к процессу массовой коммуникации.

Конечно же, с развитием технических возможностей процесс массовой коммуникации претерпевает изменения. Об этом интересно писал Б.Гейтс. Он выделял синхронное телевидение 60-70-х годов, когда зритель неизбежно подстраивался под сетку вещания, и позднее асинхронное, когда видеоманитофоны дали возможность записывать передачи для их просмотра в удобный момент. Интернет, по мнению бизнесмена, позволяет сделать асинхронную всю информацию масс-медиа, т.е. приближает медиа к потребностям аудитории, делает для человека максимально удобным массовокоммуникационное общение [Гейтс Б.]. Но эти изменения не затрагивают ни отчуждения коммуникатора (даже в случае так называемой гражданской журналистики (блогов) оно оче-

видно), ни особенностей формирования контент, ни принципа анонимной и рассеянной аудитории, ни, главное, специфики формирования эффектов.

Существует множество подходов к рассмотрению процесса массовой коммуникации и его особенностей. Это не удивительно, учитывая, какую роль играли масс-медиа в прошлом, и их возрастающее (в связи с переходом к информационному обществу и общей тенденции к увеличению интенсивности медиа-общения) влияние в настоящем. Особое внимание при этом обращается на политику формирования контента, то есть на особенности работы коммуникатора (особенно остро стоит вопрос осознанной и неосознанной (само-) цензуры), формирование эффектов коммуникации (особенности продажи содержания аудитории, «власть» медиа над настроениями, мнениями, действиями, механизмы преодоления барьеров внимания и запоминания), право на слово (кто и как может получить право на донесение своей точки зрения через масс-медиа, кто и в каких обстоятельствах может себе присвоить роль ньюсмейкера), характер связей коммуникатор-аудитория, развитие интерактивных элементов общения, критерии отбора информации (и для коммуникатора, и для аудитории) и многое другое.

Украинская исследовательница О.Кузнецова считает, что современный массовокоммуникационный процесс характеризуется «1) возрастанием роли массовой коммуникации; 2) возникновением новых СМИ и СМК; 3) демассовизацией деятельности СМК; 4) реорганизацией средств массовой информации; 5) демократизацией и специализацией СМИ; 6) всесторонней технизацией; 7) конкуренцией, борьбой за аудиторию; 8) порождением новых типов масс; 9) развитием обратной связи» [Кузнецова О.Д., 2005: 13-14]. Особое внимание из перечисленных компонентов обращает справедливый тезис о демассовизации медиа, т.е. расширении того их сегмента, который направленный на узкие аудитории (специализированные издания, передачи, платные каналы, Интернет-блоги и многое другое). Конечно же, процесс демассовизации не влияет на образующие признаки массовой коммуникации, и, прежде всего, на использование технических средств и специальных каналов передачи информации, а также на относительную анонимность и рассредоточенность аудитории.

В.В.Ризун правильно указывает на конституирующее значение коммуникации. Причем если межличностная коммуникация формирует группы, то массовая — общество. При этом особое внимание обращается 1) на возможность манипулирования общественным мнением, 2) на превращение процесса массовой коммуникации в «производственный конвейер» [Ризун В.В. Теорія...].

И В.В.Ризун, и многие другие исследователи обращают внимание на характер влияния медиа. С.В.Бориснёв сделал попытку прагматической типологии масс-медиа. В основу он положил «степень взаимодействия и самостоятельность, точнее, степень воздействия в плане интеграции общества и в плане «конверсии» общественного мнения о социальных ценностях». В результате исследователь выделил медиа, которые не способствуют интеграции общества в позитивном плане; способствуют интеграции и в позитивном, и в негативном плане;



способствуют интеграции в позитивном плане, но дифференцировано [Бориснёв С.В., 2003: 169].

В связи с этой проблемой выделяются две принципиальные программы воздействия медиа: манипулятивная и формирующая. При этом различием является взаимоотношение объекта и субъекта коммуникации (разделение в первом случае и объединение во втором), пути коммуникации (апелляция к подсознательному восприятию в первом случае и осознанное восприятие во втором) [Социологический справочник, 1990: 328].

Другие исследователи как основное свойство массовой коммуникации выделяют новостную функцию, т.е. выявление в объективной реальности и тиражирование нового [Березин В.М., 2003: 60]. Конечно же, при этом следует учитывать и процесс выбора нового, т.е. проблему гейткиперов, и роль аудитории как активного потребителя информации.

Также существует подход, по которому приоритет в характеристике массовокоммуникационного процесса отдается характеру распространяемой информации. При этом, по мнению Ю.Левады, структурная информация осваивается индивидом на ранней стадии социализации и составляет ядро структуры личности, фундаментальная информация обеспечивает вхождение человека в общество (поступает, в основном, по каналам специальных коммуникаций), оперативная информация имеет массовокоммуникационный характер. Она ориентирует человека в сегодняшнем дне и его нормах и носит надстроечный характер по сравнению с иными видами [Левада Ю.А., 1984; по Шеремет А.Н.: Дисс., 2004: 29-30]. Вообще-то, значительное число дискуссий посвящено вопросу выделения особого вида информации, массовой, и обоснованию ее особенностей. Ученые пытаются выделить какие-то типобразующие моменты или в характере информации, или в ее предназначении, или в особенностях создания.

З.В.Партыко выделяет такие этапы потребления информации: 1) получение информации; 2) анализ информации; 3) сопоставление полученной информации с наличествующей во внутреннем банке информации и с внешними банками информации; 4) оценивание информации с позиции имеющейся стратегии собственных целей; 5) оценивание информации с позиции имеющейся стратегии государственных целей, а при потребности — привлечение к оценке экспертов; 6) выработка решения о необходимых действиях, связанных с полученной информацией; 7) выполнение действий, связанных с полученной информацией; 8) контроль за выполнением действий, связанных с полученной информацией; 9) корректировка действий, связанных с полученной информацией. При этом выделяются особенности потребления информации работниками медиа и аудиторией [Партыко З. В. Теорія...].

В целом, особенности процесса массовой коммуникации связаны с 1) особыми условиями деятельности коммуникатора (его относительно анонимной ролью, целенаправленной, часто профессиональной информационной деятельностью), 2) особенностями контента (оперативностью, актуальностью, относительной универсальностью содержания); 3) наличием специальных каналов коммуникации (они активно видоизменяются, но остаются посредниками между коммуникатором и аудиторией, т.е. процесс передачи информации носит опосредованный характер); 4) ау-

дитория, вне зависимости от ее размеров, рассредоточена в разных местах, но информация достигает ее примерно одновременно; 5) характером эффектов (разные по направленности и по способам достижения).

## Условия функционирования массовой коммуникации

Важным является вопрос того, при каких условиях возникает массовокоммуникационный процесс, какие факторы влияют на его образование и функционирование.

Как правило, выделяется наличие массовой аудитории и каналов массовой коммуникации с соответствующими техническими средствами [напр., Шеремет А.Н., 2003: 29].

Ф.И.Шарков и А.А.Родионов подчеркивают, что аудитория должна иметь общую ценностную ориентацию (по-видимому, имеется в виду объект сообщения), информация быть социально значимой, а коммуникации — многоканальными [Шарков Ф.И, Родионов А.А., 2003: 35].

А.А.Князев добавляет условие гетерогенности аудитории, такую характеристику технических средств как высокая скорость и репродуктивность, быстроту распространения информации и относительно невысокую ее потребительскую стоимость. При этом условием для осуществления массовокоммуникационного процесса является наличие урбанизированного сравнительно грамотного населения, которое имеет достаточный уровень покупательной способности, времени для досуга и определенную потребительскую ориентацию. Значительная роль отдается высокоскоростным средствам связи и коммерческой составляющей [Князев А. А.].

По В.Б.Кашкину массовая коммуникация отличается от групповой прежде всего количественными параметрами: больше коммуникативных актов, каналов, участников. Но при этом возникает «новая качественная сущность» [Кашкин В.Б., 2000: 100].

В целом, можно выделить такие условия осуществления массовокоммуникационного процесса: наличие отделенного от аудитории коммуникатора, актуальная, универсальная и относительно анонимная информация, специальные каналы коммуникации, гетерогенная и рассеянная в пространстве аудитория.

## Функции массовой коммуникации

Массовая коммуникация играет важную роль как в процессе функционирования общества, так и в жизнедеятельности отдельных индивидуумов. Значение массовой коммуникации возрастает с переходом общества к информационной фазе развития. Интенсифицирует процесс и возрастающая глобализация.

Г.Г.Почепцов выделял такую функцию массовой коммуникации как синхронизация жизни общества во времени и пространстве [Почепцов Г.Г. Теория..., 1999: 23-24].

Кроме того, можно выделить социализирующее значение масс-медиа. Конечно, люди узнают об особенностях поведения в обществе, стереотипах, ценностях в основном в процессе межличностного общения. Однако в настоящий период развития человечества медиа все больше перебирают на себя эту функцию и дают стандарты поведения в жизненных ситуациях.

В. Шульц считал, что коммуникация помогает удовлетворить психические и социальные потребности человека. Более подробно это описал Д.МакКвэйл: «Потребность в информации: ориентированность относительно релевантных событий в непосредственном окружении, в обществе и мире; поиск советов относительно практических вопросов, точек зрения, альтернатив в процессе принятия решений; удовлетворение любопытства и общего интереса; обучение, повышение квалификации; стремление к чувству уверенности, которое дают знания. Потребность в личной идентичности: усиление личностных ценностных позиций; поиск моделей поведения; идентификация с другими (в масс-медиа); нахождение самости. Потребность в интеграции и социальной интеракции: поставить себя в условия жизни других (социальная эмпатия); идентифицировать себя с другими, иметь чувство принадлежности; получить основу для разговоров и социальной интеракции; найти замену для (отсутствующего) общения или партнера; получить помощь в выборе социальных ролей; установить контакт с семьей, друзьями и обществом. Потребность в развлечениях: побег от действительности, отстраненность от проблем; релаксация; культурное или эстетическое воспитание; заполнение свободного времени; эмоциональная разрядка; сексуальная стимуляция» [McQuail D., 1994: 82-83; по Публіцистика, 2007: 640-641]. Как видим, массовая коммуникация позволяет удовлетворить основные психологические и социальные потребности человека.

Многие коммуникативисты считают, что главное предназначение массовой коммуникации — сохранять человеческие ценности и институты в единстве с социальной средой. При этом выделяются такие основные функции: «1) контроль за окружающей средой и предупреждение общества об опасностях ее разрушения; 2) корреляция элементов общества и среды; 3) сохранение и передача социально-культурного наследия» [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 215-216].

Подобной была позиция ранних коммуникативистов, например, Г.Д.Лассуэлла. Он выделял следующие функции коммуникации: 1) обозрение окружающего мира (информационная функция); 2) корреляция с социальными структурами общества (воздействие на общество через обратную связь); 3) передача культурного начала (познавательно-культурологическая функция). Позже Ч.Райт добавил развлекательную, а Д.МакКвэйл — мобилизующую функции. В психолингвистике выделяются такие функции массовокоммуникационного общения: 1) оптимизация деятельности общества; 2) функция контакта; 3) функция социального контроля; 4) функция социализации личности. Французские ученые Б.Катля и А.Каде выделяли функции: 1) антенны — снабжение общества различной информацией; 2) усилителя — драматизация событий; 3) фокуса — изменение социокультурных течений; 4) призмы — формирование новых моделей поведения; эха — сохранение социального порядка. Разными исследователями также выделяются функ-

ции: аппелятивная, взаимодействия, волеизъявительная, воздействия, информационная, перформативная, побудительная, регулятивная, прагматическая, ритуальная, самопрезентации, установления контакта, экспрессивная. Обобщая исследования в области функций массовой коммуникации, Ф.И.Шарков объединил их в три группы: информационная (отношения общества и индивида), регулирующая (социального контроля) и культурологическая (сохранение преемственности) [Шарков Ф.И., 2003: 65-67, 221].

И в этих случаях массовая коммуникация выполняет функцию посредника между человеком и окружающим миром. Функция эта стала настолько весомой, что сейчас невозможно представить себе жизнь без присутствия масс-медиа.

Н.Луман выделял такую важную медийную функцию как управление за самонаблюдением за общественной системой. В основе тут, опять-таки, лежит разделение общества и окружающего мира. Н.Луман справедливо заметил, что медиа постоянно порождают и перерабатывают раздражения. При этом отрицались функции познания, социализации, прививания нормативного конформизма. Опубликованная информация теряет свою ценность неожиданности и трансформируется в неинформацию. В результате деятельности медиа возникает представление о мире и обществе, на которые и ориентируется само общество [Луман Н., 2005: 151-152].

В коммуникативистике принято также выделять функцию игры (рекреативную), корреляции (медиа как бы связывают реальность с ее изображением на своих страницах или экранах), программирования (внедрения в общество определенных символов и стереотипов), социализации (формирование определенных взглядов на жизнь и мораль), удовлетворения (ориентация на избирательность представителей аудитории и предоставление возможности даже небольшим группам удовлетворять их информационные потребности), эскапизма (разрядка напряженности, помощь в отвлечении от повседневных проблем) [Землянова А.М. Зарубежная..., 1999: 247-248].

С.В.Бориснёв выделял главные, основные и специализированные функции коммуникации. К первой группе он относил функции взаимодействия и воздействия; ко второй — репрезентативную, экспрессивную и коммуникативную; к третьей — контактоустанавливающая (или фатическая), самопрезентации (или самооценки), аппелятивная (или обращения), побудительная (или мотивационная), волеизъявительная (или директивная), регулирующая (или саморегулирующая), ритуальная (или магическая), перформативная (или формативная) [Бориснёв С.В., 2003: 265-266].

А.Н.Шеремет выделял функции информирования, формирования мнения, конативную (поведенческую), рекреационную и общения. Кроме того, выделялись особые функции при взаимодействии с властью: прозрачность механизмов власти, участие в разработке стратегии и тактики социального развития; функции при общении с политикомом, бизнесовыми структурами и т.д. [Шеремет А.Н., 2004: 15].

Украинская исследовательница Е.Кузнецова выделяет социальные, общепсихологические и социально-психологические функции массовой коммуникации. По ее мнению, суть социальных функций в поддержке и укреплении власти тех, кто материально поддерживает медиа,

а в основе их лежат потребности общества в информации. При этом выделяются такие социальные функции: информационная, регулятивная (или управленческая), объединительная (или интегративная), воспитательная, образовательная, рекреативная, гедонистическая, рекламная, идеологическая, контролирующая. Общепсихологические функции делятся на утилитарные (или практические) и эмоциональной разрядки (или релаксации). Социально-психологические — на социального ориентирования, принадлежности к группе или аффиляции, контактирования и самоутверждения [Кузнецова О.Д., 2005: 14-15].

Другой украинский исследователь З.Партько выделил такие функции массовой информации: 1) отражения значительных событий; 2) отражение значительных решений властных структур; 3) отражение реакции на действия институтов общества; 4) обеспечение общественного диалога; 5) корректировка действий институтов общества; 6) содействие демократичности институтов; 7) расширение информированности общества; 8) удовлетворение познавательных, эстетических и эмоциональных потребностей членов общества; 9) формирование системы ценностей; 10) влияние на членов общества во всех сферах их общественной жизни; 11) формирование общественного сознания членов общества [Партько З. В. Теорія...].

В целом, необходимо признать, что с помощью массовой коммуникации осуществляется мощное социальное (идеологическое, политическое, культурное) воздействие на людей. Массовая коммуникация влияет как на осознание личностью самой себя и своего места в социуме, так и на самоосознание и самонаблюдение социума. Кроме того, массовая коммуникация формирует нормы и утверждает стереотипы поведенческих реакций в межличностном и межгрупповом общении.

## Элементы массовокоммуникационной системы

В принципе, большинство исследователей сходится на том, что основными элементами процесса массовой коммуникации является кодирование, передача, декодирование. В процессе передачи сигнала возникают различные шумы, помехи.

Подготовкой и передачей сигнала занимается коммуникатор, сигнал содержит некую закодированную информацию, передается он по специальным каналам (масс-медиа), его принимает аудитория, декодирует (причем успех и адекватность декодировки зависит от многих составляющих). Сообщение может оказать на аудиторию различные эффекты.

Кодирование представляет собой перевод информации в такие символичные формы, которые 1) будут как можно однозначнее и адекватнее к вложенному коммуникатором смыслу поняты аудиторией; 2) приспособлены для передачи через масс-медиа.

Передача зависит от особенностей канала коммуникации и может содержать элементы, которые при декодировании влияют на различные органы чувств.

Декодирование зависит 1) от особенностей канала коммуникации; 2) уровня подготовки реципиента; 3) релевантности понимания переданной информации коммуникатором и реципиентом.

Помехи возникают 1) при передаче сигнала вследствие особенностей канала коммуникации; 2) из-за неадекватного понимания переданной информации. В случае неполной передачи сигнала, его искажения при передаче, различного понимания символов коммуникатором и реципиентом помехи могут носить фатальный характер.

Коммуникатором является индивид либо группа индивидов, которые имеют влияние на содержание массовой коммуникации. К группам коммуникаторов относятся: 1) владельцы медиа; 2) топ-менеджмент; 3) журналисты; 4) журналистские коллективы.

Сообщения могут содержать любую информацию, созданную человеком для ее передачи во времени и/или пространстве и закреплённую на материальном носителе.

Каналы передачи — это различные виды масс-медиа. Чаще всего к ним принято относить периодическую прессу, телевидение, радиовещание, Интернет, хотя общий список масс-медиа этими составляющими не исчерпывается.

Аудиторией принято считать группу людей, объединённых общими информационными потребностями. Она может иметь стойкий и ситуативный характер.

Эффекты при получении и восприятии массовой коммуникации могут быть разной степени интенсивности. Принято различать потенциальный эффект (тот, на который рассчитывал коммуникатор) и реальный (тот, который возник после получения сообщения).

В целом, процесс передачи, приема и обработки информации называется коммуникативным процессом.

Г.Г.Почепцов называет его объединением коммуникативной стратегии, т.е. эффективных путей достижения коммуникативных целей, и коммуникативного дискурса, т.е. определенных типов вербальных и невербальных контекстов. Он также выделяет такой критерий эффективности (это важно и при раскодировании) как доверие. Г.Г.Почепцов выделяет следующие составляющие массовокоммуникационного процесса: автор (источник), сообщение, канал, адресат (аудитория), обратная связь (реакция адресата, которая возвращается к автору), фильтры (отбор информации как со стороны автора, так и со стороны адресата), контекст (от него зависит восприятие сообщения), код (система соответствий между формой и значением), знак (элементарная единица кода), мотивация, стереотип (фрейм), роль, коммуникатор [Почепцов Г.Г. Теория..., 1999: 56-62].

Несколько отличается понимание элементов коммуникационного процесса у С.В.Бориснёва. В частности, он выделяет понятия канала коммуникации (пути передачи сообщения), кодирования, коммуниканта (реципиента), коммуникативной ситуации (совокупности условий для объекта и субъекта в процессе коммуникации), коммуникативной роли (статус участников коммуникации), коммуникативной установки (стремлений определенным образом воздействовать на другую сторону), коммуникативной потребности (связано с информационным обеспечением жизненно необходимых функций. Например, ориентировка в

окружении, эмоциональный контакт, познание окружения, удовлетворения смысла жизни), коммуникативной системы (со своей объектностью, структурой и целостностью), коммуникативного акта (действий на передачу и получение информации), коммуникатора (источника информации, создателя сообщения), шума (помех, барьеров, искажений в процессе коммуникации) [Бориснёв С.В., 2003: 254-256, 266].

Ф.И.Шарков выделял такие барьеры коммуникации: 1) технические помехи (они могут полностью или частично исказить или уничтожить информацию), 2) психологические помехи (связаны с отношением реципиента к коммуникатору, каналу коммуникации, содержанию, форме сообщения), 3) психофизиологические помехи (особенности человеческого восприятия), 4) социальные помехи (принадлежность к различным группам, наличие общественных табу), 5) культурно-национальные причины (традиции различных этносов). При этом узнать о барьерах и их силе можно путем сопоставления информации на входе и выходе коммуникационного процесса [Шарков Ф.И., 2003: 117-118].

Е.Д.Кузнецова при рассмотрении участников массовокоммуникационного процесса выделяет коммуникаторов, кодировщиков, которые передают информацию, и аудиторию, декодировщиков, которые ее воспринимают. При этом подчеркивается двухсторонний (хотя и с разной степенью интенсивности) характер связи [Кузнецова О.Д., 2005: 12]. Коммуникатор при этом имеет коллективный характер и осознанно или неосознанно выступает от имени определенной социальной группы. Масс-медиа также выполняют социальный заказ субъекта-организатора, «являются его органом». Т.е. тут абсолютизируется значение владельца медиа, которого исследовательница называет субъектом-организатором в отличие от другого субъекта: массы — аудитории [Кузнецова О.Д., 1996: 13-14].

Еще одной единицей в процессе массовой коммуникации ряд исследователей называют текст [Zammitner V.L., Серажим К., 2000: 20]. При этом он понимается не как филологическая категория, а как социальное явление, обусловленное социально-психологическими причинами [см. подробнее Серажим К., 2000: 20-21].

А.Н.Шеремет выделяет субъекты и объекты массовой коммуникации. В роли субъектов выступают социальные общности, которые стремятся представить собственные ценности как характерные для всего общества, в качестве объектов — массовое сознание. При этом функцией массовой коммуникации является трансляция в массовое сознание социальными группами продуктов специализированного сознания в форме оценок актуальных явлений и фактов [Шеремет А.Н., 2003: 27].

Таким образом, при всем многообразии дефиниций основным при определении элементов массовокоммуникационной системы остается структурно-функциональный подход. Согласно ему коммуникатор, кодирование, содержание коммуникации, канал коммуникации, шум, декодирование, аудитория, эффекты являются основными элементами массовой коммуникации.

## Понятие инфосферы

С переходом общества к информационной фазе развития возрастает роль информации, сферы ее обращения и накопления. Поэтому в последнее время достаточно много внимания уделяется разработке понятия «инфосфера». В принципе, при этом происходят те же дискуссии, что и относительно понятия «информация».

Сторонники атрибутивного подхода считают, что инфосфера распространяется и на живую (поведение живых существ, которое несет информацию о чем-либо), и на неживую природу (природные, геологические и прочие катаклизмы, которые несут информацию об изменении неживой природы), и на человеческое общество. В связи с этим можно вспомнить определения, которые давал инфосфере В.А.Зятицкий: «Инфосфера — мир информационных потоков, окутывающих и пронизывающих все окружающее, с возможной материализацией сообщения в любой осязаемой форме, включающий все разнообразие и многообразие создающейся, хранящейся, передающейся информации, информации, порожденной частью и целым, возможно, отчуждаемой от явления-прародителя, предшествующей, сопровождающей и последующей явлению-прародителю, мир, включающий все составляющие триады «источник (передатчик) — канал передачи — приемник» во всех формах ее проявления, причем понятие приемник объемлет и восприятие информации, и ее понимание. Иначе, инфосфера — это инфокоммуникационная среда всего неживого и живого и их симбиоза + соответствующая информация... Инфосфера — новая универсальная интеллектуальная информационная сфера планеты, объединенная в глобальные телекоммуникационные сети и интеллектуальные компьютерные системы. Является составной частью ноосферы В.И. Вернадского. Инфосфера — весь объем хранящейся, передающейся и создающейся с помощью человеческого интеллекта информации. Инфосфера Земли — мир информационных систем» [Зятицкий В.А.].

Сторонники функционального подхода считают, что в инфосферу входит только информация, выработанная при функционировании человека и общества. Например С.Пюкке считал, что «Постепенно сформировалась особая область человеческой деятельности, связанная с рождением, распространением и ограничением информации, — информационная сфера... Главным назначением человеческой деятельности в этой сфере будет осуществление или недопущение передачи информации в пространстве, во времени (хранение), по кругу лиц (распространение), а также обработка информации для повышения эффективности указанных действий. Информацию, которая подвергается передаче, хранению и обработке, можно назвать коммуникативной... Наличие отправителя, получателя, канала распространения информации и общепринятого языка характеризует становление информационной сферы, которую можно представить как некую виртуальную среду, где поведение человека меняется не в зависимости от информации об окружающих его предметах объективного мира, а от коммуникативной информации, содержащей мнение об этих объектах других людей» [Пюкке С., 2001].



Подобных взглядов придерживался М.А.Смирнов: «Развитие общества, его пространственно-временная динамика все больше зависит от потребностей человека, а не от условий природной среды. Человек создает вторичную, искусственную среду, в основе которой лежит информация. Информационная среда, как часть этой искусственной среды, является одним из важнейших атрибутов и факторов развития территории. Особенно важно учитывать информационные условия при изучении территориальных общностей людей (территориальных социумов). Термин среда применяется для обозначения совокупности внешних условий относительного некоторого субъекта. Информационная среда — это совокупность информационных условий существования субъекта (это наличие информационных ресурсов и их качество, развитость информационной инфраструктуры). Информационная среда представляет условия для развития субъекта информационного пространства, однако, степень ее благоприятствования определяется уже внутренними характеристиками субъекта (информационный потенциал, характеризуемый некоторой априорной информированностью, когнитивностью, определенным уровнем инфопотребности)» [Смирнов М.А., 2001].

Е.Ю.Журавлева определяла информационную среду как, «прежде всего, средства коммуникации между людьми» [Журавлева Е.Ю., 2002: 18]. Также исследовательница подчеркивает роль запасов информации — информационных ресурсов, которые обладают свойствами неуничтожимости, возможности превращения в общечеловеческое достояние, наличием потребительской и меновой стоимости, отсутствием универсальной меры.

В.Б.Кашкин выделяет понятие коммуникативной среды, которую определяет как «практически все, что окружает человека, что составляет его среду обитания» [Кашкин В.Б., 2000: 34]. Также исследователь выделяет такие сферы коммуникации как бытовую, производственную, бизнес-коммуникацию (деловое общение), политический, научный, образовательный, педагогический дискурс, международную коммуникацию, медицинский, юридический, религиозный дискурс.

Украинская исследовательница С.П. Барматова использует понятие информационно-коммуникационного пространства. При этом анализируются взгляды О.О. Сусской, А. Дубаса, В. Лопатина, Д. МакКуэла и ряда других исследователей. Так, О.О. Сусская определяет информационное пространство как «...совокупность или ареал сообщений, которые распространяются средствами МК (массовой коммуникации) на данной территории и могут быть адекватно восприняты реципиентами» [Суська О.О., 2003: 10; по Барматова С.П., 2009: 35]. А.П. Дубас под информационным пространством понимает «...пространство, в котором циркулируют информационные потоки и типологические особенности которого задаются информационной инфраструктурой» [Дубас О.П. b, 2004: 49; по Барматова С.П., 2009: 35]. В.Н. Лопатин под единым информационным пространством предлагает понимать «совокупность информационных ресурсов и информационной инфраструктуры, позволяющую на основе единых принципов и по общим правилам обеспечивать безопасное информационное взаимодействие государств, организаций и граждан при их равнодоступности к открытым информационным ресурсам, а также максимально полное

удовлетворение их информационных потребностей на всей территории государства при сохранении баланса интересов на вхождение в мировое информационное пространство и обеспечение национально-информационного суверенитета» [Лопатин В.Н., 2001: 117; по Барматова С.П., 2009: 36]. Сама С.П. Барматова считает, что с технологической точки зрения информационное пространство представляет собой никому не принадлежащую совокупность информационных ресурсов: баз и банков данных, технологий их ведения и использования, информационно-коммуникационных систем и сетей. Оно складывается из следующих компонентов: информационные ресурсы, содержащие данные, закрепленные на носителях; организационные структуры, обеспечивающие функционирование и развитие единого информационного пространства; средства информационного взаимодействия граждан и организаций, обеспечивающие им доступ к информационным ресурсам [Барматова С.П., 2009: 35].

В целом, информационная среда охватывает все составляющие коммуникативной деятельности человека. Споры ученых о природе и уровне охвата инфосреды не затрагивают положения о том, что она играет важную роль в деятельности человека и общества.

### 1.3. Социальная информация и ее свойства

Социальная информация возникла вместе с обществом. Сначала человек воспринимал информацию непосредственно, «из первых рук», потом возникли разнообразные приспособления для передачи информации (барабаны, очаги). Постепенно человечество при развитии цивилизации стало чувствовать острую потребность в информации, которую получили другие члены общества, причем часто вдалеке от непосредственного пользователя информации. Это было толчком для развития средств связи, а затем и к возникновению масс-медиа. Этот процесс был также инициирован и тем, что человечество чувствовало потребность в знаниях, которые приобрели предыдущие поколения, а полностью передать его лишь в устном виде было невозможно.

Интересно в этой связи замечание атрибутиста Р.Ф.Абдеева: «самое примечательное изменение произошло с запоминанием и передачей информации: если на уровне «до человека» вся информация об истории влияния внешней среды и процессах саморазвития видов запечатлевалась только в их генетическом коде и передавалась из поколения в поколение через наследственность, то на уровне «человек и человеческое общество» с появлением письменности и с развитием техники возникает и получает огромное развитие надындивидуальное, внегенетическое накопление информации (библиотеки, архивы данных, вся ноосфера). Это — социальная информация. Как совокупность знаний о природе и обществе она передается последующим поколениям через системы образования и воспитания. Обладая безграничным объемом памяти и возможностями упорядочения, новый способ хранения и накопления информации стал мощным инструментом социального прогресса» [Абдеев Р.Ф., 1994].

Бесспорен также вывод А.В.Соколова о том, что «социальная коммуникация неразрывно связана с генетической и психологической смысловыми коммуникациями, которые служат ее необходимыми предпосылками, и вместе с тем она определяющим образом воздействует на становление и формирование последних. Действительно, генетически наследуемые органы мышления и речи никогда бы не возникли, если бы их не востребовала социально-коммуникационная практика; психическое развитие ребенка зависит от нахождения в социальной среде и общения с другими людьми (печальный опыт «маугли», возвращенных животными, свидетельствует об этом)» [Соколов А.В.].

Социальную информацию определяли по-разному. И как «только аспект, связанный, прежде всего, с передачей и переработкой знания в обществе» [Афанасьев В.Г., Урсул А.Д., 1974: 64], и как «совокупность знаний, сведений, данных и сообщений, которые формируются и воспроизводятся в обществе и используются индивидами, группами, организациями, классами, разными социальными институтами для регуляции социального взаимодействия, общественных отношений, а также отношений между человеком, обществом и природой» [Краткий..., 1989: 101]. Еще ее определяли как «знание, сообщение, сведения об отношениях людей, состоянии и характере развития социальных процессов, условий жизнедеятельности, общественное состояние индивидов и социальных групп, взаимодействие их интересов» [Социологический..., 1990: 31]. Конечно, при этом следует учитывать, что реально функционирующая в обществе информация всегда включает недостоверную информацию, то есть информацию, которая основывается на слухах, личных мнениях, разных предостережениях и тому подобное. Потому на масс-медиа лежит еще задача обеспечения адекватности, полноты, объективности, достоверности и обоснованности социальной информации.

Правильнее, кажется, такое определение: социальная информация — это «опосредствованные каким-то кодом (звуком, словом, знаком, жестом и тому подобное) и адресованные человеку (людям, обществу) сообщения об объективном мире, социальной и природной действительности. Следовательно, социальная информация — это та информация, которая обращается только в человеческом обществе, прямо и непосредственно служит людям» [Козунов А.А., 1979: 8]. Информацию можно разделить на организованную и неорганизованную (это не массовая) информацию. Причем для формирования общественного мнения служат оба вида информации, а приоритет зависит от того, насколько объективны масс-медиа, насколько полно и достоверно они отображают мир.

С.В.Бориснёв определял социальную информацию как «совокупность знаний, сведений, данных и сообщений, которые формируются и воспринимаются в обществе и используются индивидами, группами, организациями для регулирования социальных отношений и воздействия в системе «общество-человек-природа» [Бориснёв С.В., 2003: 236]. При этом он считал, что социальная информация отражает природу, человека, общество, явления и процессы, реальные действия; имеет различные виды по форме передачи, способу передачи, назначению, качеству и достоверности, воздействию; содержит признаки движения и переработки, наличия субъекта и объекта, содержания, качественных характеристик, использования в практике; а также имеет функции

коммуникации, управления, обучения и воспитания, ориентации, побуждения [Бориснёв С.В., 2003: 236].

Более общее определение попробовал дать М.Разумный. По его мнению, «социальная информация — снятая неопределенность (энтропия) социальных систем. Способность обобщать (рационализировать) опыт — предпосылка накопления социальной информации и ее использования» [Разумный М., 2004: 35].

Такое же общее определение содержится в работах А.В.Соколова: «социальная коммуникация есть движение смыслов в социальном времени и пространстве. Это движение возможно только между субъектами, так или иначе вовлеченными в социальную сферу, поэтому обязательное наличие коммуникантов и реципиентов подразумевается» [Соколов А.В.].

Вообще, социальную информацию можно определить как сообщения, которые переданы любым понятным человеку кодом и содержат в себе сведения о процессах функционирования человека и общества, а также все то, что касается и может повлиять на эти процессы. Такое определение, на наш взгляд, достаточно полно и вместе с тем четко ограничивает границы социальной информации, что ведет к более эффективному ее изучению.

Социальная информация, как и любая другая, предусматривает соответствующий отбор. Большая часть информации пропадает, но та, которая остается актуальной для человечества, переходит из поколения к поколению. Сама социальная информация не однородна. Она может быть типологизированной по источнику, сфере деятельности общества, труду и тому подобное.

Вообще, духовное общение связано не только с трудом, но и с познанием. Хотя общение является необходимым элементом, условием других видов деятельности, оно имеет и самостоятельное значение. Именно в этой своеобразной универсальности и заключается его специфика как особенного вида человеческой деятельности. При анализе общения и коммуникационного процесса необходимо выяснить, через какого «посредника» идет обмен идеальными отражениями вещественного мира. И здесь мы обязательно встретим понятие «информация», ее количественные и качественные характеристики.

В журналистике информация является одним из свойств материалов. Информация в этом случае приравнивается к сообщению фактов, которые имеют аспект новизны.

Понятно, что информация, которая рассматривается с содержательной стороны (а именно она играет ведущую роль в духовном общении), необходимо связана с отражением реальности.

Вообще, философы понимают под информацией содержание, которое поступает из внешнего мира в процессе приспособления к нему человека.

При общении важную роль играет как содержательный и ценностный аспект информации, так и форма ее подачи и передачи. Для людей, которые общаются, имеет значение и несет определенную информацию не только то, что сказано, но и то, как, каким тоном и при каких обстоятельствах это сказано. Потому правомерно выделить в общении рациональный и эмоциональный моменты.

Рациональный связан с пониманием, эмоциональный — с выражением чувств. В процессе общения эти аспекты находятся в разных соединениях. В ряде случаев они могут выступать и самостоятельно.

При духовном общении осуществляется обмен не вообще информацией, а ее высшим видом — социальной информацией. Последняя тесно связана с характеристиками социальной системы.

Основными характеристиками социальной информации является ее количество, ценность, содержание, объективность, адекватность, достоверность, точность, оперативность, надежность.

Некоторые ученые выделяют такие сущностные характеристики социальной информации: «а) отражение общественных отношений; б) связь с разными видами человеческой деятельности; в) связь с общественным и индивидуальным сознанием; г) опосредованность ее создания и восприятия факторами психологического порядка; д) возможность ее использования человеком для влияния на природу и на других людей» [Методы..., 1990: 68].

Выводы изучения разных существенных аспектов социальной информации с точки зрения социологии можно просуммировать таким образом.

Социальная информация: 1) отображает общественные отношения; 2) связана с разными видами человеческой деятельности; 3) зафиксирована сознанием; 4) опосредствована факторами психологического плана; 5) используется человеком для влияния на других людей. Она имеет сложную структуру, которая включает научно-техническую, экономическую, социально-политическую, идеологическую и другие виды информации.

Большую роль играет объективность информации. В работе с информацией бывают искажения по разным, в том числе объективным причинам. Например, еще нет адекватных технических средств и оборудования, которое бы классифицировало информацию, обрабатывало ее, выбраковывало обветшалую информацию.

Однако гораздо большую роль играет социальное искажение. При работе с информацией, прежде всего информацией масс-медиа, ученый должен исключать влияние такого искажения.

Активный поиск информации — одна из характерных черт человеческого общения. Специалисты по кибернетике часто подчеркивают превосходство ЭВМ перед человеком в поиске информации. Однако преимущество машины в поиске информации проявляются только в пределах замкнутой системы. Что касается внешнего окружения, то здесь человек пока вне конкуренции.

Важным свойством человека при обмене информацией является ее тщательный отбор. Приблизительно только тысячная доля информации, которая воспринята человеком, становится фактом сознания, именно она служит «материалом» для общения [Коробейников В.С., 1983].

Социальный характер информации обусловлен рядом факторов. Это, во-первых, ее содержание, поскольку эта информация отражает общественные процессы; во-вторых, субъектом использования и самим своим назначением, поскольку используется она людьми и в интересах людей; в-третьих, самой спецификой обращения к ней. Социальную

информацию можно охарактеризовать как многоуровневое знание, поскольку она характеризует как общественные (экономические, политические и тому подобные) процессы в целом, так и конкретные процессы, которые происходят в разных социальных, профессиональных, культурных сферах общества. По мере сложности социальная информация неоспоримо является наиболее разнообразным и сложным по организации типом информации. Социальная информация является необходимым условием и самого человеческого существования, и успеха его деятельности. При изучении и пользовании социальной информацией обязательно следует учитывать тот факт, что потоки социальной информации, проходя через сознание людей, обязательно оставляют на себе отпечаток их взглядов, мыслей, чувств. По назначению процесс социальной информации должен обслуживать интересы сложной социальной системы, которая состоит из многих компонентов, которые нуждаются в связи и управлении.

Функциональность процессов циркуляции социальной информации обязательно ставит вопрос о количестве и качестве этой информации. Для человека нужна информация не любая, а только полезная для него, ценная. Ценность информации может определяться с точки зрения субъекта, который ее использует, по содержанию самой информации, по цели, которую можно достичь с помощью этой информации. Таким образом, информация — это не статическая величина. Она варьируется в зависимости от цели, субъекта. Если цель уже достигнута, ценность информации падает. Это, конечно, не значит, что социальная информация не имеет собственной ценности. Эта ценность измеряется мерой ее влияния на общество [Социология средств..., 1991: 22-26].

Говоря о социальной информации, конечно, невозможно обойти такую ее важную сторону как социологическая информация. Выделяется первичная и вторичная социологическая информация. Первичная — это все сведения об объектах исследования, которые могут быть получены с помощью социологических методов.

Причем по форме эта информация еще не приспособлена для ее прямого использования. Вторичная — это обработанная первичная информация, которая уже характеризует разные стороны объекта исследования. Именно на основе вторичной информации делаются разные выводы, практические рекомендации. Особенностью социологической информации есть то, что «делается» она на заказ, то есть исследователь, уже имея определенную цель, добывает эту информацию. Потому особенно нужно обратить внимание на ее достоверность и объективность [Социологическое..., 1991: 266-267].

Социологическая информация часто квантифицирует социальный процесс. Это добавляет ей объективности. Процесс квантификации является чертой многих социологических методов, в частности процесса контент-анализа. Такого рода методы дают более достоверную информацию. С проблемой квантификации связано интересное мнение С. Михайлова относительно деления социологической информации на индивидуальную и совокупную. Индивидуальная информация относится к познанию одного объекта или класса объектов, то есть к такому общению, которое характеризует особенности отдельных обстоятельств данной совокупности. Совокупная информация опосредует общие черты

совокупности в целом. Таким образом, индивидуальная информация связана с познанием отдельных объектов, а совокупная с их общими чертами [Михайлов С., 1975: 55-58]. Одно из основных заданий социологической информации — это максимальная адекватность познания действительности. Она заключается в репрезентативности, стойкости и надежности информации. Кроме всего прочего, нужно отметить, что социологическая информация этот источник надежных, точных и конкретных сведений о действительном состоянии дел в обществе в целом или в какой-то отдельной общественной институции. При этом важно отделять действительно социологическую научную информацию от информации, которая только называется социологической, которая является заказной и отражает только взгляды определенных кругов общества. Для социологической информации присуща высокая точность и конкретность.

Как мы уже говорили, информация имеет не только количественное, но и качественное измерение. Здесь возможны ряд искажений. Остановимся на типах искажений, которые дал чехословацкий социолог К.Рихтаржик [Рихтаржик К., 1981: 201-209]. Они рассмотрены как в количественном, так и в качественном аспектах.

1. Запланировано искажение. В формализованных обществах и структурах руководство может получать ту информацию, которую бы желало. Подчиненный, который знает политические и другие взгляды руководства, находится под давлением и скрывает информацию, которая бы не понравилась руководству. Таким образом, руководитель получает необъективную, одностороннюю информацию.

2. Укрывательство информации. Структуры, которые занимаются сбором и обработкой информации, в случае соответствующих установок могут действовать, как своеобразный фильтр для информации. Здесь может проходить информация только позитивная или только негативная, а вся другая или вообще замалчиваться, или скрываться в потоке других сообщений.

3. Формальное искажение. При ситуации, когда какая-то институция дает информацию о своей работе, она может скрывать настоящее положение вещей и отчитываться согласно с теми директивами и планами, которые она имеет. То есть информация будет отражать не действительное положение вещей, а желаемое, то, которое запланировано на будущее.

4. Случайная информация. Случайная информация, которая может быть нетипичной и нерепрезентативной, может стать основанием для ошибочных выводов и неправильных решений.

5. Задержка и рассеивание информации. Информация быстро стареет, при этом ее содержание может уже не отвечать действительности на этот момент. Задержка и потеря информации имеют место, когда ее направляют второстепенными путями. Такой же эффект может иметь место, когда информация разделена на куски, какие подаются отдельно и с перерывом во времени.

6. Результативность, избыточность информации. Если не заниматься отбором информации, то в наше информационно насыщенное время человек может захлебнуться в потоке информации и перестать ее адекватно воспринимать. При этом он будет объективно

дезинформированным относительно действительного положения вещей.

Рассматривая связь между социальной информацией и практикой, можно выделить три уровня информации.

1. Информация как наблюдение, которое возникает на практике и непосредственно работает на практику.

2. Информация, которая отражает сферу односторонней чувственной связи, доступной человеческому восприятию и наблюдению, но которая находится снаружи практического влияния человека.

3. Информация, которая отражает сферу, которая не является (в данное время) предметом чувственного восприятия и практической деятельности, но служит предметом теоретических суждений [Цацковский З., 1973: 84-85].

Социальная информация характеризуется многими свойствами, такими как объективность, достоверность, новизна, репрезентативность и тому подобное.

Ряд исследователей особенно выделяет такое качество как надежность. Надежность вызывает интерес потому, что она непосредственно связана с качеством передачи сообщения в информационном процессе. Надежность характеризует адекватное отражение существенных признаков источника информации. То есть это мера уверенности в том, что информационный процесс не искажает существенные признаки источника информации. В некоторых науках надежность связывают с избытком информации [Литвинович В.Ч., 1981: 107-109]. Однако в социологии массовых коммуникаций это не является верным.

Нужно согласиться с тем, что социальная информация имеет еще одно важное качество: она никогда не бывает нейтральной. Информация, которая проходит по средствам массовой коммуникации объективно влияет на людей. Проводилось достаточно много исследований, которые ставили своей целью доказать, что можно выполнить установку американской журналистики «News not views» (новости без взглядов), но они еще раз показывали, что даже без комментария через отбор новостей или какие-то другие условия коммуникатор, сознательно или бессознательно, все равно пытается влиять на аудиторию в определенном духе.

В наше время особенное значение приобретают качественные характеристики информационных процессов. Бурные изменения, которые происходят в обществе, приводят к необходимости оценить разные стороны общественной жизни. Ценностный подход по-разному интерпретируют сторонники разных научных школ. Аксиологические концепции исходят из относительно субъективного характера ценностей. Проблема ценности здесь рассматривается в прямой связи с понятием выгоды, что само по себе снимает возможность обсуждения ценностных характеристик вещей и явлений как объективных показателей. Понятие ценности тесно связано с понятием полезности информации.

Актуальными исследованиями также является изучение других качественных характеристик социальной информации. Однако здесь еще нет больших достижений. Как отмечает ряд ученых, «не учитывая ряда интересных попыток (Шрейдер, Харкевич, Стратонович и тому подобное), в наше время еще не получены общепринятые определения и



универсальные методы оценки таких качественных категорий информации, как содержательность, полезность, информативность, ценность и тому подобное» [Добров Г.М., Коренной А.А., 1977: 201-202]. Как правило, в литературе под ценностью понимаются такие свойства предметов или, в данном случае, информации, которые удовлетворяют потребности человека или социальной группы. Интересны исследования по изучению ценностных аспектов информации провел А.А.Харкевич. Он исследовал использование информации при раскрытии преступления, игре в карты, охоте по следу, разработке вакцины, стрельбе по подвижным и неподвижным целям.

А.А.Харкевич писал: «Информация ценна, поскольку она способствует достижению поставленной цели. Одна и та же информация может иметь разную ценность, если рассматривать ее с точки зрения использования для достижения разных целей. Так, сообщение о погоде имеет значительную ценность для охотника, однако не представляет, как правило, никакого интереса для игрока в карты» [Харкевич А.А., 1960: 54]. Ученый считает, что ценность информации заключается в приросте вероятности достижения цели. Если же имеет место дезинформация, то вероятность достижения цели по получении информации не увеличивается, а наоборот уменьшается. У.Майлс писал по этому поводу: «Передача неверной информации есть подвижка целеустремленного состояния в направлении неопределенности» [Майлс У., 1965: 72].

С категорией ценности тесно переплетается категория полезности. Здесь схема действия субъекта приблизительно такая. Получив определенное количество информации, субъект информационного взаимодействия определяет, какая именно часть нужна ему для конкретных действий и отбирает ее для последующего использования. Ценность информации является свойством более общим, чем полезность. Полезность может быть рассмотрена, как актуализированная, прагматизированная ценность. Можно выделить два вида ценности: потенциальную и актуальную. Под потенциальной ценностью следует понимать способность информации помочь в решении какой-то проблемы, которая в принципе еще не стоит перед человеком или социальной группой.

Актуальная информация — это информация, которая помогает решить уже поставленное задание, над которым уже идет работа. Здесь интересно рассмотреть такое обстоятельство. Семантический подход, который позволяет, наряду с количественными показателями, учитывать и качественные, приводит к констатации того факта, что «есть много вопросов, для решения которых количество переданных бит далеко не полностью характеризует информацию» [Бонгард М.М., 1970: 71]. То есть вполне возможна ситуация, когда весь блок информации, каким бы большим он не был, не сможет удовлетворить потребности человека из-за того, что в нем не будет содержаться полезной для человека информации. Информация здесь должна отвечать таким требованиям: быть достаточной для решения задания, содействовать этому решению в кратчайший срок и с наименьшими расходами сил.

Важно также, чтобы субъект адекватно понял переданную информацию. Нужно особенно отметить, что категории ценности и полезности не являются неизменными. Они динамические, то есть ценность и полезность информации изменяются в результате того, насколько

актуальным является в данный момент то или иное задание для субъекта коммуникации. На ценность информации активно влияет механизм ее старения. Когда появляется новая информация относительно данного факта, ценность старой резко снижается. Когда информация полностью устарела, она теряет свою ценность [Коган В.З., 1991: 191-201]. При рассмотрении этого вопроса интересными являются результаты исследования процесса старения публикаций. Здесь под признаками старения понималось уменьшение количества упоминаний об этой публикации в других научных трудах. Установлено, что цитирование публикации достигает пика через три года и падает на 50 % в срок от 3 до 5 лет, а через 7-8 лет о ней, как правило, забывают [Добров Г.М., Коренной А.А., 1977: 202-203]. Конечно, этот метод небесспорен, но может служить в качестве иллюстрации.

З.В.Партыко выделял такие составные качества информации как реальность и нормативность. При этом он классифицировал информацию по степени реальности на реальную (истинную, неправдивую), нереальную (псевдореальную и ирреальную), неопределенную. Кроме того, выделяется дезинформация и замалчивание. Что касается нормативности информации, то тут имеется в виду соответствие определенным нормам (от языковых до полиграфических). В контексте определения качества информации исследователь также выделяет псевдоинформацию (когда фактическое количество информации значительно меньше, нежели можно было ожидать, исходя из длины сообщения), параинформацию (та, которая содержится в неявном виде, в контексте) и метаинформацию (описывающая другую информацию). З.В.Партыко разделяет социальную информацию на незнаковую и знаковую. К незнаковой отнесены эмоциональная (позитивная, нейтральная, негативная), эстетическая (прекрасная, «средняя», уродливая), волевая (за и против). Знаковая информация подразделяется на невербальную (мимика, жесты) и вербальную. Вербальная — на массовую (не СМИ — театры, кино, концерты и СМИ — книги, пресса, радио, телевидение, Интернет), научную (первичную и вторичную) и управленческую [Партыко З. В. Теория...].

Ф.И.Шарков при рассмотрении проблем коммуникации исследовал опыт пражской лингвистической школы, ее теоретические разработки проблемы социальной обусловленности знака. При этом знак рассматривался как социальная сущность, которая служит посредником и обеспечивает понимание между членами данного общества [Шарков Ф.И., 2003: 206].

Следует подчеркнуть, что без информации, ее производства и обмена, функционирование общества в принципе невозможно. Это отмечали многие исследователи, в частности, А.К.Мелешенко. В ходе анализа информационной составляющей общества он выделил понятия информационного фонда (вся информация, которую имеет конкретный социальный организм на данном этапе его развития) и информационного потока (информация, которая в данный момент циркулирует в обществе и передается субъектом информационного взаимодействия объекту, причем последний использует ее как универсальный способ социальной деятельности) [Мелешенко О.К., 2006: 8-9].

Социальная информация неизбежно возникает при функционировании социума. Она может вырабатываться самопроизвольно и специ-

ально. В зависимости от типа общества приоритет может иметь вертикальная (одноканальное общение между субъектами, которые находятся в неравноправном социальном положении) или горизонтальная (многоканальное интерактивное общение) передача информации. Скорость общественных преобразований не в последнюю очередь зависит от интенсивности информационных обменов. В ходе исторического развития объем социальной информации постоянно увеличивался. В новейшей истории, с переходом общества к информационной фазе развития это увеличение приняло скачкообразный характер известный под именем информационного взрыва. Социальная информация служит для передачи знаний и опыта, сохранения традиций, поиска путей развития. Фактически, она играет универсальный характер и объединяет общими знаниями и смыслами общественные структуры.

## 1.4. Информация в журналистике

В журналистике понятие «информация» имеет очень важное значение, потому что именно через сбор, обработку и распространение информации осуществляется профессиональная журналистская деятельность.

Именно информация служит содержанием коммуникации, которое связывает в единую цепочку коммуникатора и аудиторию.

Существуют много разных определений информации в журналистике. Некоторые исследователи считают, что «информация — это все смысловые элементы газеты, радиопрограммы, телепередачи (текстовые, изобразительные, графические, звуковые и тому подобное), которые, будучи переданными на аудиторию, осуществляют на нее влияние, формируют ее ориентации, взгляды, идеалы и тому подобное» [Прохоров Е.П., 1979: 5]. Это, как подчеркивает сам автор, узкое определение термина. В науке о журналистике вообще нет четкого, общепринятого определения информации. Под этим термином понимается и информация о событиях без комментария, и информация фактологическая, и вообще все содержание журналистских материалов. В соответствии с этим информацию делят на три уровня: событийная фактология, комментирующая и интерпретирующая, фундаментальная теоретическая [Коммунистическая..., 1974: 108].

Откровенно говоря, такая постановка проблемы не кажется полностью оправданной, потому что здесь не учитывается все разнообразие проявлений информации в журналистике. Также не совсем правильным выглядит взгляд на всю информацию, которая содержится в масс-медиа, как на информацию потенциальную. Исходя из того, что «знаковая система является материальным посредником, который служит для обмена информацией между двумя другими материальными системами» [Степанов Ю.С., 1971: 81], некоторые авторы считают, что «информация является характеристикой не сообщения, а соотношения между сообщением и его потребителем» [Тростников В.Н., 1970: 15]. Таким образом, полностью смешивается процесс общения и восприятия

информации с самой информацией, как носителем каких-то знаний и чувств.

В характеристике сообщений важную роль играет их информативность, то есть сколько и какой они содержат информации. Снова-таки, трудно согласиться с утверждениями, что в сообщении вообще может не быть информации [Прохоров Е.П., 1979: 9], хотя здесь много зависит от того, что понимать под словом информация.

Критериями информативности, то есть свойствами текста, которые помогают активно усвоить его, тот же автор выделяет оригинальность, небанальность (присутствие в сообщении сведений, которые или не известны, или забыты представителями аудитории); доступность, декодируемость (язык сообщения должен быть понятным для аудитории и адекватно восприниматься ею); необходимость, релевантность (соответствие темы сообщения интересам и потребностям аудитории).

Большую роль в восприятии сообщения играют информационные интересы, то есть потребность аудитории в той или иной информации. Она зависит от того, «какое задание решает получатель, что он знает к приходу сообщения, как он это сообщение интерпретирует» [Бонгард М.М., 1967: 135]. Еще один важный вопрос — это проблема семантической адекватности. Здесь имеется в виду то, насколько информация отражает объективную реальность. При рассмотрении информации необходимо остановиться и на синтаксическом аспекте. Тут рассматривается структура подачи информации. Это очень важно, потому что даже если содержание информации очень нужно аудитории, но она построена неправильно, то она может просто не дойти до читателя, слушателя, зрителя. «Способность воспринимать информацию (притом не информацию вообще, а строго определенную информацию) обусловлена прежде всего организованностью системы — получателя информации. В частности, каждая система воспринимает информацию в меру своей организованности, на соответствующем уровне этой организованности» [Петрушенко Л.А., 1971: 57]. То есть структура журналистского произведения зависит как от заданий, которые ставит перед собой коммуникатор, так и от особенностей организации восприятия аудитории.

Вообще, массовую информацию нужно рассматривать как содержание процессов массовой коммуникации (конечно, ту ее часть, которая передается с помощью масс-медиа). Массовая коммуникация, кроме содержания (то есть социальной информации), содержит в себе еще процессы обмена информацией, технические средства и много другого. Точного, общепринятого определения терминов «коммуникация» и «информация» еще не существует, и во многих трудах, в том числе в документах международных организаций часто эти термины употребляются как синонимы. Интересен с этой точки зрения анализ основных проблем международного информационного обмена, который осуществил американский исследователь Х.Маулана по заказу ЮНЕСКО. Он пришел к выводу, что «коммуникация становится все более и более сложным социально-культурным феноменом, который во всех странах касается разных видов деятельности и который нельзя отделить от политической, социальной, экономической, культурной, научной, образовательной и технологической эволюции» [Mowlana H. La circulation..., 1985: 3].

Для массовокоммуникационной ситуации, по оценке Х.Маулааны, характерны такие тенденции:

- развивается современная коммуникационная технология, которая влияет на природу, объем и содержание информации;

- постепенно устраняются диспропорции в массовокоммуникационном процессе, идет формирование общемировой сети информации;

- увеличивается число международных и транснациональных участников процесса циркуляции информации в мире, а отсюда политическое, социальное и экономическое разнообразие этого явления, особенно в сфере образования и культуры;

- растет интерес к сравнительным транскультурным исследованиям, а также к изучению общественного мнения и образов (имиджей) и параллельно совершенствуется использование результатов исследований и технических средств по сбору, представлению и обобщению данных;

- развиваются дискуссии по новому международному экономическому порядку и новому международному информационному порядку, а также дебаты об отношениях между экономическим аспектом распределения и использования мировых ресурсов и аспектом коммуникации, международной циркуляции информации.

Материальным носителем социальной информации, как правило, выступает словообраз или услышанный, или увиденный, или написанный.

Именно словообраз, а не слово, потому что передавать информацию могут не только слова, но и видеоряд на телевидении, музыка, звуковые шумы на радио и тому подобное. Но основным источником информации остается текст. «Человек постоянно имеет дело с текстом, так как реальный объект дан ему только на уровне бытовом и его узкой специализации. Только в этих двух случаях реципиент имеет полную свободу выбора стратегии поведения, опираясь на сопоставление текста с реальным объектом. Во всех других случаях сопоставления модели с онтологической картиной (даже относительной) для реципиента исключено, вследствие этого и избрание стратегии поведения сводится для него к избранию той или другой текстовой модели. Это значит, что она становится интерпретатором большого количества разнообразных текстов, которые, в свою очередь, приобретают вторую жизнь в многочисленном количестве интерпретаций» [Дридзе Т.М., 1972: 36].

Аналогичным образом определяла информацию в массовой коммуникации Е.Д.Кузнецова. По ее мнению, это «сообщение, которое получают массы от других людей через знаковые системы с помощью естественных и технических СМК (книга, собрание, передачи радиовещания, телевидение, кинодокументальные фильмы, газета и т.д.)» [Кузнецова О.Д., 1996: 12].

Любая социальная информация имеет признаки фактологичности, концептуальности и нормативности [Алексеев А.Н., 1969: 67-68]. Поскольку в любом тексте отражена некоторая реальность, всякое сообщение является фактологией. Любое сообщение концептуально, потому что обусловлено отношением к факту коммуникатора. И, в конце, всякое сообщение выполняет нормативную функцию, потому что побуждает

аудиторию к определенному типу поведения [Костенко Н.В., Оссовский В.А., 1986: 8-9].

Вообще, социальная информация существует наряду с другими видами информации — биологической, физической, геологической и тому подобное. Как мы уже говорили, социальная информация касается деятельности общества. Существуют два подхода к определению социальной информации. В широком смысле слова, к социальной информации относят всю информацию, которая вышла из рук человека. Это и научная, и специальная, и религиозная информация. В узком смысле, социальная информация связана с действительностью не только потому, что «сделана» человеком, но и содержанием, которое непосредственно связано с процессами жизнедеятельности общества. Теперь стоит задание относительно выделения из социальной информации массовой, то есть той, которая составляет содержание масс-медиа. На наш взгляд, это и является наиболее характерным признаком массовой информации. Другие ученые выделяют еще и черту мультиплицированности сообщения в пространстве и времени, то есть меры его размножения [Массовая..., 1980: 19-34]. Здесь обоснованием является то, что индивидуальная, межличностная информация всегда будет существовать в намного меньшем количестве «отпечатков», чем массовая. Интересная критика этого подхода содержится в статье Г.В.Иващенко и Т.В.Науменко, которые считают что термин массовая информация не может быть объяснен, исходя из понятия «масса» или «массы» [Иващенко Г.В., Науменко Т.В. Массовая...].

Основное задание массовой информации — это отображение действительности. Причем здесь играет роль не только объект, но и субъект отражения. То есть содержание информации зависит не только от объективной реальности, но и от того, на какую аудиторию направлена коммуникация. Нужно прибавить к этому списку также установки коммуникатора, характер каналов коммуникации и тому подобное.

Если рассматривать влияние коммуникатора на характер и содержание информации, то оно очень большое. Причем его можно разделить на непосредственное — «позиция» коммуникатора и опосредствованное — «внимание» [Osgood Ch.E., 1959: 33-88]. Здесь, кстати, есть большое пространство для исследований. Коммуникатор формирует сообщение, исходя из собственного представления, причем иногда даже подсознательного, о потребностях, надеждах и ожиданиях аудитории. И здесь очень важно и интересно было бы сравнить результаты опроса коммуникатора, результаты контент-анализа коммуникации и результаты опроса аудитории.

Российские ученые считали, что «содержание массовой коммуникации можно рассматривать в трех планах: а) как отражение процессов и явлений, которые реально происходят; б) как выражение заданий субъекта, который отражает эти события; в) как выражение восприятия субъекта, которому коммуникация адресована» [Алексеев А.Н., Владыкин В.А., Дудченко В.С., 1973: 159].

Самые характерные признаки массовой коммуникации — это почти одновременная доставка информации к потребителю и большое количество «отпечатков», то есть массовость аудитории. Безусловно, эти два обстоятельства делают масс-медиа очень влиятельными. Это пони-

мают и политики, и сами журналисты. Влиятельность масс-медиа остро ставит вопрос об их объективности. Это неоднократно подчеркивалось разными деятелями. Прежний президент США Д.Эйзенхауэр заявлял: «Редакционные колонки принадлежат издателю, но колонки информации — народу» [Mass communication, 1960: 201]. Одним из канонов журналистики есть правило: «Комментарии свободны, но факты священны». Это же подчеркивается и в профессиональных кодексах журналистов. Например, в «Канонах журналистики», принятых Ассоциацией японских издателей и редакторов газет, в частности, идет речь о том, что «готовя информацию, журналист постоянно должен быть очень внимательным, чтобы не допустить использования новостей в качестве пропаганды» [The free press..., 1957: 122]. А выдающийся английский издатель лорд Бивербрук заявил первой Британской королевской комиссии по прессе, что, хотя он издает газеты «исключительно для пропаганды и ни с какой другой целью», новости не являются предметом пропаганды, потому что «это было бы плохо с коммерческой точки зрения» [Royal Commission..., 1948: 5]. Все это неопровержимый факт, хотя, как показывают исследования, информация все равно через отбор новостей или другие обстоятельства содержит позицию коммуникатора. Вообще, понятие «информация» в практической журналистике чаще всего связывается с освещением последних новостей. По канонам журналистики, они должны отвечать на 5 «W», то есть вопросов, которые начинаются с этой буквы. Это вопрос: «Кто?», «Что?», «Где?», «Когда?», «Почему?». Некоторые теоретики включают сюда еще два вопроса: «Как?» и «Который?» [Harris H., Spark D., 1966: 103]. Нужно иметь в виду, что английское слово «news» означает не только информацию вообще, но и отдельное информационное сообщение: «a piece of news». Здесь оно имеет ряд синонимов: информационный материал (news-story), заметка (item), репортаж (report) [Nash W.R., 1964: 11]. Большинство ученых соглашаются с тем, что информация создается с определенными целями. Характерное в этом плане заявление итальянского исследователя Ф.Фаторелло: «Никакая информация невозможна без определенной цели. Тот, кто думает информировать без определенной цели и считает возможными взаимоотношения такого характера, тем самым уже провозгласил цель» [по Федякин И.А., 1967: 55]. Основатели теории информации считали, что ее задание заключается в уничтожении неопределенности. К.Шеннон писал, что «количество информации — это мера того количества неопределенности, которая уничтожается по получении сообщения» [Шеннон К. Работы..., 1963: 262]. Н.Винер считал, что «информацию, которая передается сигналом, можно толковать, по сути, как отбрасывание ее энтропии и как отрицательный логарифм ее вероятности» [Винер Н. Кибернетика и общество, 1958: 34].

Теория информации с самого своего возникновения успешно применяет математический аппарат. Причем он касается не только вопросов приема, обработки и передачи сигналов — носителей информации, но и синтаксического и семантического анализа информации. Последнее очень важно, потому что «человеческая (семантическая) информация — это содержание логического мышления, которое используется человеком в ее деятельности» [Жуков Н.И., 1966: 89]. И хотя некоторые исследователи считают, что современная наука не имеет методов ко-

личественного анализа содержательной стороны информации [Власов Ю.М., 1976: 26], контент-анализу полностью доступна и эта сторона изучения содержания коммуникации.

Принято подчеркивать ту роль, которую играют медиа в демократическом обществе. Причинно-следственный ряд тут устанавливается таким образом: демократия — это власть народа, он может контролировать властные институты только имея полную информацию об их деятельности, власть тоже может узнать о настроениях народа при помощи универсального посредника, которым и являются масс-медиа.

К сожалению, для медиа стали характерны разнообразные пути искажения действительности. Об этом в свое время с тревогой писал выдающийся американский публицист У.Липпманн [Lippmann W., 1957; по Масс-медиа..., 2005: 117-118].

Значительную опасность представляет цензура. С одной стороны, ограничения на темы или их освещение неизбежно приводят к напряженности между журналистами и теми структурами, которые вводят цензуру, с другой, подрывает доверие к власти и медиа со стороны населения. Цензура является универсальным механизмом непрямого управления масс-медиа в авторитарных обществах. В поставторитарных на смену ей приходит самоцензура. Это не менее опасное явление, когда журналисты вынуждены следовать определенной практике скрытия или освещения новостей только с определенных позиций. Цензура характерна и для демократических обществ в период резкого обострения ситуации, например, военных действий. К счастью, с развитием информационных технологий все труднее обеспечивать цензурные ограничения.

Определенную проблему представляет собой стремление большей части медиа сосредотачивать внимание на сенсационных сообщениях, т.е. то, что собака покусала человека — не представляется новостью, новостью является то, что человек покусал собаку. Конечно, стремление к сенсациям искажает представление адекватной картины происходящего. Иными словами виртуальный мир сильно отличается от мира реального. Это тем более важно, т.к. создает лживые представления о действительности у людей, которые подвержены вторичной социализации (т.е. социализации через медиа, т.к. не имеют достаточно собственного жизненного опыта).

Образно стремление к сенсациям описал Г.Ф.Мотт. Он вывел такую арифметику новостей:

*«один обыкновенный человек + одна обычная жизнь = 0  
один обыкновенный человек + одно экстраординарное событие = новость  
один обыкновенный человек + одна обыкновенная жена = 0  
один обыкновенный человек + три жены = новость  
один банковский кассир + одна жена + семеро детей = 0  
один банковский кассир — 100000 долларов = новость  
один обыкновенный человек + обычная 79-летняя жизнь = 0  
один обыкновенный человек + обычная 100-летняя жизнь = новость»* [Mott G.F., 1948: 55].

При этом критичность аудитории снижается, особенно в случае с телевидением: они вроде бы видят все собственными глазами. Ряд авто-



ров подвергают критическому анализу принципы журналистики и их применение. Например, В.В.Ризун пишет о том, что правдивость и точность — не абсолютные вещи, а относительные общественные категории и зависят от социального и политического контекста. «Правда лежит не в плоскости объективной реальности, а в плоскости субъективного (которое принадлежит субъекту) отражения действительности» [Ризун В.В. Основы..., 2004: 42]. Или такое замечание: «Для современной теоретической мысли в журналистике характерен наивный материализм: если отделить оценку от факта, то таким образом обеспечивается объективность. В том-то и причина, что факт — вещь субъективная, поскольку он частичка познанного человеком предметного мира» [Ризун В.В. Проблемы..., 2004: 11]. Негативна и оценка английского исследователя Г.Д.Ронсли: «Достоверность, баланс и правда используются для продажи политического сообщения таким же образом, что и открытые пропагандистские техники» [Rawnsley G.D., 1996: 10; по Почепцов Г. Вступ..., 1999: 60]. Есть и исключительно резкие оценки. Например, Н.Н.Моисеев считал, что медиа могут осуществлять «глобальное зомбирование человечества» [по От книги..., 2000: 100].

Возможно, эти оценки излишне категоричны. Добросовестное соблюдение журналистских стандартов служит достаточным условием для честного и сбалансированного информирования аудитории. Особое внимание при этом должно уделяться представлению всех основных точек зрения на событие.

Хотя и тут есть опасность коммерческого популизма (термин введен Дж.Гербером). Имеется в виду, что телеканалы, заинтересованные в увеличении и удержании своей аудитории подбирают материалы, которые соответствуют и консервативной, и либеральной идеологии [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 88].

Особые вопросы всегда возникают при рассмотрении проблем взаимодействия медиа и политики. Разработана специальная технология, которая позволяет измерить «параллелизм» медийных и политических структур. Как индикаторы используются тип организационной связи (формальная — владение или неформальная — личные связи), идентичность целей (лояльность к политической силе), лояльность к политической силе со стороны аудитории конкретного медиа [Seymour-Ure S., 1974; по Медиа в выборах, 1999: 61].

При этом нужно обязательно отметить особую важность честного, сбалансированного освещения политических событий в масс-медиа. Еще Аристотель в «Политике» указывал, что «для того, чтобы выносить решения по справедливости, и для того, чтобы распределять должности по достоинству, граждане должны непременно знать друг друга — какими качествами они обладают» [Аристотель, 1998; по От книги..., 2000: 114]. В наше время осуществить принцип знания без содействия масс-медиа невозможно.

Английские исследователи при анализе освещения кризисных событий в прессе выделили 12 характеристик в масс-медиа: 1) частота (совпадения частоты события с частотой выхода новостей увеличивает вероятность его попадания в медиа); 2) амплитуда — соответствующий накал события; 3) неоднозначность — уменьшение неоднозначности увеличивает шансы попадания в новости; 4) релевантность — культурная

релевантность события; 5) совпадение — ожидаемость события; 6) неожиданность — этот критерий входит в определенный конфликт с двумя предыдущими; 7) ставшее новостью сообщение, будет ею оставаться даже при спаде амплитуды; 8) композиция — создание баланса между сообщениями; 9) элитные нации имеют больше шансов попасть в новости; 10) элитные слои общества также имеют больше шансов; 11) персонализация события усиливает вероятность того, что оно попадет в новости; 12) негативизм события также усиливает вероятность попадания в медиа [Negrine R., 1994: 121; по Почепцов Г. Вступ..., 1999: 89-90].

З.В.Партыко выделил такие свойства массовой информации: репрезентативность — т.е. меру точности отражения реальной жизни; достаточность — имеется в виду для того, чтобы сделать вывод о чем-либо; доступность — финансовую и правовую; длительность получения — имеется в виду оперативность; точность — имеется в виду интерпретации; понятность для аудитории; старение; рассеивание — имеется в виду интенсивность публикаций на определенную тему; воздействие на аудиторию [Партыко З. В. Теорія...]. Конечно, этот список можно дополнять и корректировать. Главное в нем то, что подчеркивается адресность массовой информации. Та информация, которая актуальна только для коммуникатора, не привлечет внимания аудитории.

Специфика массовой коммуникации во многом зависит от каналов, по которым она передается. По радио и телевидению информация передается намного быстрее, чем с помощью печатного слова. Но пресса имеет большое преимущество — здесь можно перечитать сообщение, вернуться к нему. Телевидение тоже имеет свои особенности. Видеоряд, который дает эффект присутствия, намного увеличивает эффективность массовой коммуникации, завораживает зрителя. Особенно для каждого средства коммуникации происходит и трансформация информации.

Если же вернуться к количественным характеристикам, то некоторые исследователи выражают беспокойство относительно растущего количества информации и, даже, пробуют подсчитать количество ее, необходимое для оптимального восприятия. При этом такие ученые опираются на границы восприятия информации психической системой человека [Титченер Э.Б., 1914: 242-245]. Однако из этого следует не необходимость как-то искусственно ограничить поток информации — это означало бы попытку приостановить человеческий прогресс, — а лучше организовать ее типологизацию, классификацию и распределение.

Тут, конечно, не имеется в виду специально сконструированный переизбыток информации с целью, чтобы невыгодная информация «потерялась» в этом потоке.

Информация, в значении сообщения о состоянии дел, сведений о чем-то, которые передаются людьми, содержит в себе коммуникационную программу порождения особенного функционального типа языка, который можно назвать информационным. Такой тип реализуется в информационных жанрах и характеризуется лаконичностью, типизацией образа автора, однолинейностью, сравнительно небольшим объемом [Коньков В.И., 1987: 52]. В принципе, такой подход отвечает тенденции, которая наметилась в 80-90 гг. и заключается в перенесе-

нии акцентов из языка как системы на текст как коммуникативную единицу наивысшего порядка, потому что текст является собой не только продукт, а также образ и объект мотивированной и целеустремленной коммуникативно-познавательной деятельности.

В принципе, когда мы говорим о тексте, то нужно специально оговориться о том, в рамках какой науки мы будем его рассматривать. Потому что понятие текста, допустим, в лингвистике совсем не отвечает пониманию его в лингвосоциопсихологии. Для последней текст — это некоторая система коммуникационных элементов, функционально объединенных в единственную замкнутую иерархическую семантико-смысловую структуру общей концепцией или замыслом [Кондаков Н.И., 1975: 252]. Каждый из элементов текста нес бы свою собственную информацию, если бы не был включен в общий текст как некоторую иерархию коммуникативных программ, то есть в систему связей. Деятельность общения актуализируется в порождении и интерпретации текстов, не просто фиксирующих некоторые отрезки языкового потока, но являющие собой определен способ реализации коммуникативно-познавательных программ. Текст в этом смысле — это порождение коммуникативно-познавательной деятельности, которая становится ее объектом. Текстовую деятельность можно рассматривать как самостоятельную деятельность с собственным заданием и продуктом. Изучение особенностей порождения и интерпретации текста — это один из способов исследования общества и его деятельности [Дридзе Т.М., 1979: 273-279]. Текст, таким образом, составляет центральное звено в процессе массовой коммуникации.

Нужно отметить, что содержание коммуникации очень сильно влияет на все другие ее составные элементы. Например, на эффективность восприятия информации. Если сначала эффективность развивалась в основном экстенсивным путем: увеличивалось количество масс-медиа, ареал их распространения, возникали новейшие средства коммуникации, то в настоящий момент уже идет развитие интенсивное. Человек не может воспринимать язык быстрее, чем 180 слов в минуту, а для телевидения — 103 слова в минуту, так что простым увеличением потока и интенсивности информации желаемого эффекта вряд ли можно достичь. И здесь нужно переходить от количественного к качественному подходу к информации. Здесь большую роль играет взаимосвязь коммуникатора и аудитории, формы такой взаимосвязи. Как отмечал А.У.Хараш, «сообщение — это не просто импульс, который влияет на сознание реципиента: это ... еще канал, которым сознание реципиента осуществляет обратное движение, проникая в мир коммуникатора, в сферу действительных мотивов его деятельности... Процесс проникновения во «внетекстовой» мир и есть и кульминационная фаза восприятия сообщений, которая делает их собственно «смысловым» [Назаретян А.П., 1979: 44]. Для шифровки и дешифровки сообщений используются разные коды, то есть принципы устройства информации. Коммуникатор использует их, чтобы донести или скрыть свои мотивы от аудитории. Реципиенты в свою очередь расшифровывают сообщение коммуникатора. Чем больше шанс достижения взаимопонимания между коммуникатором и реципиентом, тем больше эффект коммуникации [Смирнова М.Г., 1981: 85-93]. На первый план постепенно выходят образные сред-

ства журналистики, то есть профессиональные способы оптимальной организации материалов. Их задание заключается в том, чтоб стимулировать эмоциональную, умственную и волевую активность аудитории.

При понимании текста с филологической точки зрения, он «во всей совокупности своих внутренних аспектов и внешних связей — та основная реальность, которая дана филологии и существенна для нее» [Аверинцев С.С., 1972: 973]. В журналистике существует взгляд на текст как на «носитель определенной информации, представляющий собой сложное законченное знаковое образование, сориентированное на установление и отражение взаимодействия между автором и аудиторией» [Щелкунова Е.С., 2002: 28]. Именно исследование на уровне текста является одним из главных звеньев, которые соединяют журналистику и филологию. Однако в журналистике текст — это не только филологическое, но и социальное явление, потому что создается он на базе общества и для общества. Именно текст несет в себе информацию, которая влияет и превращает общество. Таким образом, нужно согласиться с тем, что «научное исследование средств массовой информации через разнообразие последних, относительной новизне и сложности языковых процессов в этих сферах требует комплексного подхода» [Протченко И.Ф., 1984: 34].

Вообще, ученые еще не пришли к единому выводу относительно общего определения текста и создания его модели. Доминируют два основных подхода: пропозициональный (системный, статический) и коммуникативный (динамический). При системном подходе главными являются правила грамматики. Текст абстрагируется от конкретных условий коммуникации и определяется как неразделимая во времени единица. При коммуникативном подходе текст рассматривается как языковой феномен, который рождается в принципиально новое целое в результате соединения отдельных членов языковой структуры. Специалисты сходятся на том, что чистые лингвистические определения текстов неправомерны, потому что, как мы уже указывали, текст совмещает в себе как языковые, так и социальные аспекты.

Все тексты (конечно, имеются в виду тексты, которые проходят через масс-медиа) можно объединить по цели. Эта цель — передача информации. Причем нужно снять ограничение на устное вещание. Оно также является текстом (на телевидении, радиовещании) и его нужно изучать вместе с газетно-журнальными текстами. Так как цель создания текста достигается языковыми средствами, то при его изучении не обойтись без лингвистики.

Одно из лингвистических определений текста дал Б.А.Зильберт: «Текст — это целостная единица языковой коммуникации, которая состоит из коммуникативных элементов (высказываний), функционально и тематически объединенных в завершенную смысловую иерархическую структуру и организованных общим замыслом (коммуникативной интенцией)» [Зильберт Б.А., 1986: 18]. При анализе текстов нельзя также забывать о психологическом моменте, ведь автор текста всегда человек со своими привычками и установками. Важным является также исторический аспект, потому что, как говорил Карлейль, мы в настоящий момент ни одного слова Гомера не воспринимаем так, как его понимал сам автор.

Историческая обстановка, языковые параллели, целиком понятные современникам могут поставить в тупик исследователя с другого времени или места.

При анализе журналистского текста важным является элемент темы, то есть того аспекта социальной действительности, который нашел отражение в данном конкретном тексте. Кроме того, безусловно важным является то, какими каналами массовой коммуникации передаются конкретные тексты. Специфика канала непосредственно отражается на специфике текста. Разными также являются тексты и в жанровом плане, не говоря уже о таких моментах как индивидуальный авторский стиль.

Во многом эффективность восприятия текстов зависит от особенностей аудитории: социального опыта, уровня образования, исторических традиций и тому подобное. Для того чтобы актуализировать внимание читателя в сообщении включаются: «реалии действительности (факт); постулаты идеологии или норм морали (постулат); образы культуры или прецеденты истории (прецедент)» [Пронин Е.И., 1983: 110]. Вообще, при рассмотрении процесса передачи информации от коммуникатора к реципиенту не обойтись без понятия кода. Философы считают, что в замкнутой системе существуют две формы отражения — информация и шум [Новик И.Б., 1962]. Шум — это неупорядоченное, а информация упорядоченное отражение действительности. С помощью кода шум становится информацией. То есть код — это определенный принцип упорядочения, который понятен и коммуникатору, и реципиенту.носителем информации, по М.Г.Смирновой [Смирнова М.Г., 1983: 207-211], является не весь текст, а только его смысл. Все другое — код — необходим для ориентации реципиента и организации восприятия смысла текста. То есть здесь процесс коммуникации можно представить такой общей схемой: коммуникатор отбирает у действительности факты, постулаты или образы, кодирует их соответственно своей цели и представлению о реципиенте, а тот, воспринимая сообщение, декодирует его. Таким образом, успех коммуникации во многом зависит от того, насколько удачно подобран код, то есть воспринимается ли информация, которая заложена в текст коммуникатором, адекватно аудиторией.

Восприятие и интерпретация текста сопровождается, как правило, соответствующими эмоциями. Адекватность интерпретации текста определяется тем, насколько полно воспринял реципиент тот смысл, который заложил в сообщение коммуникатор. Это определяет и понятие информативности. «Информативность характеризует не абсолютное количество информации в тексте, не общую его информационную насыщенность, но только ту информацию, которая вероятнее будет адекватно воспринята реципиентами» [Дридзе Т.М., 1975: 174].

Тексты массовой коммуникации коренным образом отличаются от всех других разновидностей текстов. Эта разница заключается, прежде всего, в том, что для их передачи необходим специальный канал коммуникации, а аудитория представляет собой большую и расположенную в разных местах группу людей. А.У.Хараш выделяет шесть уровней анализа текста реципиентом [Хараш А.У., 1973: 124]. На нулевом уровне прием сообщения совсем не происходит. Реципиент через какие-то препятствия не смог с ним ознакомиться. На первом уровне реципиент

ознакомился с текстом, но не воспринял его как информацию. Например, когда авангардистский ноктюрн принимается за настройку рояля. На следующем уровне сообщение уже воспринимается как такое, но его содержание все равно остается темным (то есть реципиент уже знает, что это ноктюрн, но все равно как музыку его воспринять не может). На третьем уровне воспринимаются только эмоции (например, когда передача идет на незнакомом языке). На четвертом — воспринимается вся информация, которая была заложена коммуникатором. А на последнем, реципиент, проанализировав содержание сообщения, может делать выводы относительно мотивов, которыми руководствовался коммуникатор при составлении текста сообщения.

Таким образом, при анализе текста нужно воспринимать его или как продукт коммуникационной деятельности, то есть проводить анализ текста как общественного явления, или как определенную знаковую систему, то есть анализировать текст из сугубо филологических позиций. Интересным является также подход, согласно которому текст изучается не отдельно, а вместе с изобразительными материалами. В прессе — это рисунки, фотоснимки, карикатуры и тому подобное. На телевидении — видеоряд. На радио — звуковые шумы. Для создания всех их (за исключением шумов) используют не естественный, а графический язык, который имеет ряд особенностей. Здесь предметом анализа могут стать и особенности такого языка, и содержание, и художественное выражение и тому подобное. Нужно отметить, что в настоящий момент почти ни одно издание не обходится без графических материалов. Дело здесь не только в том, что они помогают разгрузить реципиента от восприятия больших текстовых блоков (хотя и эта проблема существенна). Графические и другие материалы тоже передают большие объемы информации, но передают ее своим особым языком.

Конечно, графические и другие изображения и шумы составляют меньшую часть потока коммуникации сравнительно с текстами, которые созданы естественным языком. Но цель они имеют ту же самую: дать человеку информацию о предметах или явлениях. Причем здесь используется тот же механизм, что и при обычных текстовых материалах. Так же, как слово вызывает идеальный образ того, что оно отмечает, так и графическое изображение вызывает соответствующий образ в сознании человека. В.И.Михалкович выделяет здесь две проблемы. Первая — это отсутствие в графической знаковой системе общепринятого набора «слов» (здесь выход видится в том, что изображения сами содержат в себе то, что уже знакомо человеку, в противном случае помогает текстовка, составленная естественным языком). Вторая проблема — нераздельность изображения. То есть, здесь нет морфем и фонем естественного языка, следовательно, членить изображение можно с помощью выделения мест, которые особенно значимы для зрителя [Михалкович В.И., 1986].

Но главное в любом тексте, созданном с помощью любой знаковой системы, — это служить человеку, передавать информацию от коммуникатора к аудитории.

Актуальность и оперативность, точность и сбалансированность, проверка достоверности продолжают оставаться основными критериями качественной журналистской информации.

## 1.5. Документ в массовой коммуникации

### Понятие документа

На латыни «documentum» означает пример, способ доказательства какого-то факта. В повседневном сознании под документом мы понимаем любую юридическую бумагу, которая что-то удостоверяет, предоставляет какие-то определенные права или налагает обязанности. Но в социологии понятие «документ» охватывает значительно более широкий круг вопросов. Какой же именно? Здесь мнение исследователей расходится. Некоторые из них считают, что «документальной в социологии называют любую информацию, зафиксированную в печатном или рукописном тексте, на магнитной ленте, на фото- или киноплёнке» [Ядов В.А., 1968: 164; Ядов В.А., 1987: 119], другие придерживаются мысли, что документ — это «специально созданный человеком предмет, который предназначен для передачи или хранения информации» [Рабочая книга социолога, 1976: 299; Шарков Ф.И., Краснов П.С., 1989: 68] или «материальный носитель записи (бумага, кино- и фотоплёнка, магнитная запись, перфокарта и тому подобное) с зафиксированной на нем информацией для ее передачи во времени и пространстве» [Лазутина Г.В., 1988: 44]. Еще есть взгляд на документ как на «средство закрепления разными способами на специальном материальном носителе информации о фактах, событиях, явлениях объективной действительности и умственной деятельности человека» [Социология, 1991: 72] или как на «определенную знаковую и образную информацию, зафиксированную на любом материальном носителе» [Семенов В.Е., 1982: 3; Промышленная социальная психология, 1982: 199]. Можно еще назвать такие определения как «любая информация, фиксированная в печатном или рукописном тексте, на магнитной ленте, фото- или киноплёнке» [Кропотов Л.А., 1976: 31], «письменные данные или материалы, которые содержат сведения о политико-экономических, научно-технических, духовно-культурных и социальных условиях и отношениях в обществе или отдельных сферах общественной жизни» [Процесс социального исследования, 1975: 347-348; Гречихин В.Г., 1988: 95], «средство закрепления разным способом на специальном материале информации о фактах, событиях, явлениях объективной действительности и умственной деятельности человека. Информация может фиксироваться с помощью букв, цифр, стенографических и других знаков, рисунков, фотографий, звукозаписей и тому подобное» [Методы сбора информации в социологических исследованиях, 1990: 41], «предмет, созданный с целью фиксации информации, выраженной в любой знаковой системе» [Методы журналистского творчества, 1982: 62].

В словарях тоже даются самые разнообразные определения: «1. Деловая бумага, которая подтверждает какой-то факт или право на что-либо. 2. То, что официально удостоверяет личность предъявителя

(паспорт и тому подобное). 3. Письменное свидетельство о чем-либо [Ожегов С.И., 1975: 158]. Социологические словари считают, что «документ, один из источников, которые используются в социологических исследованиях для получения первичной эмпирической информации... Документ — средство закрепления разным способом на специальном материале информации о фактах, событиях, явлениях объективной действительности и умственной деятельности человека» [Социологическое исследование, 1991: 72].

Как видим, ученые расходятся по поводу того, что же такое документ, — то ли информация, или какой-то материальный предмет, или средство сохранения информации, но во всех определениях упоминаются информация и материальный носитель, на котором она зафиксирована. По-видимому, наиболее взвешенным является определение, которое дано в ГОСТ 16487-83: «Документ — материальный объект с информацией, которая закреплена созданным человеком способом для ее передачи во времени и пространстве» [ГОСТ..., 1984: 2].

Значительное количество исследователей придерживается близкой к этой точке зрения. Документ для них: «специально созданный человеком документ, предназначенный для передачи или хранения информации» [Текст лекции..., 1967: 6], «специально созданный предмет, предназначенный для передачи или хранения информации» [Шарков Ф.И., Краснов П.С., 1989: 68], «информация, которая зафиксирована любым способом» [Фомичева И.Д., 1980: 41]. Некоторые исследователи разделяют документальные источники и документы, но фактически сводят это к одному понятию: документальные источники «представляют собой совокупность средств целеустремленной, сознательной ... передачи информации во времени или пространстве... Под документом в социологии понимается специально созданный материальный объект, который фиксирует предназначенную для передачи, хранения или использования в общественной практике информацию» [Методологические и методические основы..., 1985: 142-143]. Задачи анализа документов авторы предыдущего определения видят в 1) реконструкции действительности, описанной в документах, 2) реконструкции фона документа, то есть воссоздание обстоятельств его создания, 3) изучение авторства документа, 4) изучение тематической и идеологической направленности, 5) оценка эффективности разных мероприятий и работы организаций [Методологические и методические основы..., 1985: 147-149].

Принципы подхода к разным аспектам изучения документов зафиксированы в «Практикуме по прикладной социологии» московских ученых. Они считают, что документом является «специально созданный автором (коммуникатором) материальный предмет, предназначенный для фиксации, передачи и хранения информации. Документы одновременно содержат два вида информации. Во-первых, это информация о фактах, событиях, результаты деятельности индивидов, коллективов, общества в целом. Во-вторых, в самом документе, его содержании, структуре, стиле, средствах выражения представлена авторская позиция, оценка. Не являются документами предметы, которые не предназначены специально для передачи информации (то есть другие предметы материальной культуры и быта)» [Практикум по прикладной социологии, 1987: 109]. Последнее замечание кажется целиком справедливым.



Некоторые социологи считают, что документами является «доклады, протоколы, решения, публикации, письма, записки, личные дела, отчеты, архивные материалы и тому подобное» [Социология, 1996]. Как видим, даже для материалов медиа в таком перечислении места не нашлось. В принципе, и такое определение имеет право на существование, но не в социологии, а, допустим, в документалистике, то есть «специальной области знаний, которая рекомендует приемы первичной обработки документов, например, текущих, текущих, исторических архивов» [Петров И.Г., 1964: 18].

Вообще, желание некоторых социологов как-то ограничить предмет своего исследования целиком понятно. Это заметно и когда идет спор о том, считать ли документом исторический источник, или нет. Одни исследователи пишут, что «документы, в нашем понимании, могут быть и неписьменными — орудия труда, бытовой инвентарь, одежда, снимки, художественные предметы, украшения, фильмы, телевизионные передачи, в записи и те, которые сохраняются, и тому подобное» [Михайлов С., 1975: 269-270; см. также Davenport M., 1964; Madge J., 1953]. Но у некоторых советских ученых была иная точка зрения. Многие из них не считали документами художественные произведения, достопримечательности культуры прошедших времен и тому подобное. Такие ученые берут на вооружение разделение, осуществленное в исторической науке между документами и источниками: «Под историческим источником понимается любой памятник прошлого, который свидетельствует об истории человеческого общества. Историческими источниками являются документы, разные рукописи, печатные книги, предметы быта, давние обычаи и тому подобное, одним словом, все свидетельства о прошлом и современной жизни человечества. Историческим документом в широком смысле являются любые свидетельства о тех или иных сторонах человеческой деятельности, зафиксированные на соответствующем материале (бумага, пергамент, папирус, дерево и тому подобное) с помощью письма, графики, фотографии и других средств изображения, а также с помощью звукозаписи» [Селезнев М.С., 1974: 9-10; Методы журналистского творчества, 1982: 62]. Но в социологии такое деление не нужно. За документ в социологии следует считать любой носитель с закрепленной на нем информацией. Всякие ограничения, как относительно того, какие именно должны быть носители (магнитная лента, киноплёнка и тому подобное), так и относительно каких-то характеристик информации не нужны. Действительно, почему мы не имеем возможности изучать рисунки, сделанные первобытными людьми в пещерах, тем же способом контент-анализа, даже если эти рисунки сделаны не для передачи информации своим соплеменникам, а с ритуальной или сугубо эстетичной целью? В настоящий момент в исторической науке, особенно в археологии, широко используют родственный контент-анализу метод для классификации разнообразных находок, исследования расселения и ассимиляции разных народов. Социология, в том числе социология массовых коммуникаций также должна изучать не только письменный и записанный на кино- и фотоплёнку или магнитную ленту текст, но и, например, видеотекст. Не за горами и другие виды передачи сообщений, и при этом могут использоваться разнообразные носители. Потому

и нужно расширить современное понимание документа как объекта исследования в социологии.

Расходятся мнения исследователей и о том, что именно считать содержанием документов. В соответствии с отношением к самому понятию документа одни считают, что «под содержанием коммуникаций понимается совокупность значений, которые выражены символами (словесными, музыкальными, рисованными, лепленными или теми, которые имеют характер жестов), которые и составляют саму коммуникацию» [Berelson V., 1952: 16]. С этим достаточно распространенным мнением американского исследователя Б.Берельсона перекликается определение, которое дано в нескольких трудах российского ученого А.Н.Алексеева: «Под текстом будем понимать всякую совокупность внешних проявлений человеческой деятельности, которая приобрела систему знаковых функций» [Алексеев А.Н., Дудченко В.С., 1972: 77; Алексеев А.Н., 1974: 137].

Мы видим, что и эти определения, и близкий к ним вывод известного московского исследователя В.С.Коробейникова: «Содержание документов — это существенная сторона социальной информации, которая представляет собой отображение действительности» [Методы анализа документов..., 1985: 10] имеют в виду, что объектом исследования может быть не только документ, закрепленный в узком понимании, то есть информация, закрепленная, как мы привыкли, на бумаге, ленте или пленке, а документ, как разнообразная информация, закрепленная на любом носителе. Методами исследования документов можно изучать как содержание информации, закрепленной на документе или какую-то его сторону в зависимости от цели исследователя. При этом нет ограничений относительно того, на каком носителе закреплена информация и какими каналами она передается. Например, американские врачи уже давно диагностируют и исследуют состояние душевнобольных людей, делая анализ их ответов на вопросы и говорение вообще, а археологи, чтобы исследовать родство культур разных древних народов, исследуют методами, аналогичными социологическим методам анализа документов, орнамент на найденной посуде. Как один из примеров исследования методом анализа документов приведем работу американского ученого В.Ф.Соскина, который изучал содержание спонтанного языкового общения в течение длительного времени. Объектом анализа были разговоры двух супружеских пар, которые согласились принять участие в эксперименте. Эти пары в течение двух недель постоянно носили с собой радиопередатчик, сигналы из которого и принимал исследователь [Soskin W.F., 1963].

Есть исследователи, которые специально выделяют такое понятие как текст. Например, некоторые московские ученые считают, что «текст в контент-анализе рассматривается как определенная коммуникативная система элементов (совокупность сведений, оценок), которая имеет относительно замкнутую структуру в соответствии с концепцией или замыслом автора. Текст состоит из простых или сложных высказываний, в которых заключены мысли, темы. Текст может рассматриваться как реальность, которая наблюдается, как проблемная ситуация, где условно могут быть выделены: во-первых, субъекты — действующие лица; во-вторых, предикаты — действия субъектов, свойства и результаты их

действий, то, о чем они выражаются» [Практикум по прикладной социологии, 1987: 110]. Такой подход помогает сделать контент-анализ более конструктивным.

Таким образом, пришло время расширить сферу анализа документов до анализа всей информации, которая создана в обществе. Фактически такой анализ социологическими и аналогичными им методами уже длительное время осуществляется в разных науках. Следует признать, что взгляд на документ как на определенный вид информации, закрепленный на некоторых особо обусловленных носителях, уже устарел, и современная наука таких ограничений не признает. Создавать же отдельные методы анализа источников тоже нецелесообразно, потому что они, в сущности, будут копировать уже существующие социологические методы. Разобраться с этим вопросом тем важнее потому, что методы анализа документов составляют одну из больших и главных групп социологических методов, наряду с наблюдением, опросом, экспериментом и тому подобное.

Интересным является также вопрос причин анализа документов, тех заданий, которые ставит при этом исследователь. Для журналиста цель более-менее понятна: найти материал для своей непосредственной деятельности [Лазутина Г.В., 1988: 44-45]. Некоторые ученые выделяют два аспекта использования документов в журналистике. «В одном случае документ выступает якобы скрытым от читателя или недоступным для него источником, из которого черпается информация, приводятся данные, сам документ в материале не упоминается... Во втором случае документ становится составной частью журналистского произведения» [Кропотов Л.А., 1976]. В этих определениях не упоминается об анализе журналистами материалов своих коллег, ведь и они являются документами. Такой анализ может происходить с самой разнообразной целью от анализа соответствия читательского адреса к анализу стиля и способа изложения материала. Для социологов ценность документальных источников определяется тем, что «потoki документальной информации пронизывают все сферы жизнедеятельности современного общества..., служат средством взаимопроверки и контроля надежности..., характеризуют такие аспекты процесса, который изучается, а не которые доступны другим методам» [Методы сбора информации..., 1990: 39-40]. Есть исследователи, которые ставят изучение документов на первое место среди других методов: «Практика, да и теория социологических исследований показывают, что почти все социологические исследования начинаются с анализа документов» [Гречихин В.Г., 1988: 95]. В целом, можно заметить, что анализ документов является одним из основных методов сбора первичной информации как в социологии, так и в журналистике.

## Классификация документов

Чтобы не утонуть в потоке разнообразных источников, их принято определенным образом классифицировать. Вообще, в социологии принята такая классификация:

1) По способу фиксации информации, то есть каким образом закреплена информация на своем носителе. Чаще всего нам придется встречаться с анализом содержания информации, которая написана или напечатана на бумаге, записанная на фото- и кинолентку, магнитную ленту.

2) По степени персонификации, то есть какие это документы, имеют ли они определенного автора, или безличностные (например, разнообразные статистические материалы, протоколы собраний, информационные сообщения на страницах газет и др.).

3) По цели создания. Имеется в виду деление документов на созданные с целью, которая не касается непосредственно социологического исследования, и документы, которые спровоцированы самим исследователем (это могут быть ответы на открытые вопросы анкеты и другие документы, полученные самим исследователем согласно с составленной им программой).

4) По статусу документа. Документы могут разделяться на официальные, то есть составленные разнообразными государственными учреждениями, и неофициальные, составленные для своих потребностей общественными организациями, неправительственными учреждениями и частными лицами. Последний случай охватывает все виды личных документов.

5) По источнику информации и степени близости к эмпирическому материалу. Имеется в виду, что документы могут быть первичными, то есть содержать данные, которые получены в непосредственной связи с действительностью, в частности путем прямого наблюдения или опроса, и такими, которые описывают и обобщают данные первичных документов [Краткий словарь по социологии, 1989: 67].

Такой же точки зрения на классификацию документов придерживается ряд исследователей — как социологов, так и журналистиковедов [Фомичева И.Д., 1980: 41-42; Шумилина Т.В., 1983: 35-45; Ядов В.А., 1968: 165].

Некоторые ученые по-своему конкретизируют и определяют названные пункты классификации документов. Например, санкт-петербургский психолог В.Е.Семенов считает, что документы отличаются по форме фиксации информации: письменно-печатные (текстовые), статистические (цифровые), иконографические (изобразительные), фонетические (языковые); по статусу источника: неофициальные, официальные...; по степени опосредованности: первичные, вторичные...; за степенью спонтанности: самопроизвольные, заданные; за характером создания: индивидуальные, групповые, а также с точки зрения действительности: настоящие, поддельные; с точки зрения истинности: адекватные, неадекватные» [Семенов В.Е., 1983: 3-4; Семенов В.Е., 1982: 199].

Кое-кто дополняет общепринятую классификацию своими положениями. Например, А.Г.Здравомыслов приводит предложенное Ю.Вооглайдом деление на информацию, которая дает знание; суждение нормативного порядка; суждение ценностного порядка [Здравомыслов А.Г., 1969]. Московская исследовательница Г.В.Лазутина дополняет привычный список классификации двумя пунктами: делением по типу деятельности, которая породила документ, и по сфере его обращения. Ряды, построенные с помощью этих признаков, выглядят так: а) общественно-политические, государственно-административные, производственно-административные, научные, научно-популярные, нормативно-технические, справочно-информационные, художественные документы; б) производственные документы, бытовые и документы общественных организаций [Лазутина Г.В., 1988: 45].

Некоторые немецкие ученые разделяют документы «а) по форме изложения: статистические и вербальные документы; б) по общей значимости: официальные и неофициальные документы». Третьим критерием выдвигается «область значимости и охватывает общественные и личные документы [Процесс социального исследования, 1975: 349]. Статистические документы, как правило, содержат цифровые данные по самым разнообразным социальным проблемам, вербальные, — в форме текста. Много документов совмещают в себе обе формы: и статистическую, и вербальную. Официальные документы исследователи разделяют на три группы: «1) текущая документация..., 2) документы периодического характера..., 3) документы непериодического характера» [Процесс социального исследования, 1975: 349-355]. Они же выделяют изъяны личных, неофициальных документов: малая объективность, субъективные обобщения, оптимистичная фальсификации при описании событий, которые имели место задолго до написания документа, влияние эмоций, самообман относительно мотивов собственного поведения [Процесс социального исследования, 1975: 362].

По мнению других ученых, нужно различать печатные и рукописные материалы. Кроме того, выдвигается такое основание для типологии документов как целевое назначение. Здесь выделяются «документы, созданные независимо от исследователя, и документы «целевые», то есть подготовленные точно в соответствии с программой, заданиями социологического обследования... Информацию, которая содержится в документах, принято разделять на первичную и вторичную» [Как провести..., 1990: 122-125].

Приблизительно такое же деление принято у латышских ученых. Они считают, что «по статусу различают документы официальные и неофициальные; по форме изложения — письменные (или более широко — вербальные) и статистические. По своим функциональным особенностям документы классифицируются на информационные, регулятивные, коммуникативные и культурно-воспитательные... По целевому назначению: 1) созданные специально для исследования и 2) созданные независимо от исследователя, которые имеют самостоятельное значение» [Общая социология, 1991: 58-59]. Почти такой точки зрения придерживаются Ф.И.Шарков и П.С.Краснов [Шарков Ф.И., Краснов П.С., 1989: 68].

Есть и другие деления. По форме фиксации информации документы можно делить на «письменные, архивы эмпирических данных в маши-

ночитаемой форме, иконографическую документацию (кино-, видео- и фотодокументы, картины и тому подобное), фонетические документы (магнитофонные записи, грампластинки) [Текст лекции..., 1967: 6-7]. В настоящий момент можно уже выделять и мультимедийное представление документов. Такое же деление характерно и для некоторых других ученых [Методы сбора информации..., 1990: 39-43, 130-133].

Пробуют сделать свое деление и журналистиковеды. Например, Л.А.Кропотов считает, что документы нужно разделять по способу фиксации информации (рукописные, печатные, киноплёнки, магнитные записи), способом возникновения (не связанные с исследованием, спровоцированные исследователем), типом авторства (личные, общественные), за статусом (официальные, неофициальные), за источником информации (первичные, вторичные) [Кропотов Л.А., 1976: 31-32].

В.Г.Гречихин разработал свою схему разновидностей документов: «1. По форме изложения: а) статистические; б) вербальные. 2. По общей значимости: а) официальные; б) неофициальные. 3. По способу фиксации информации: а) письменные документы (рукописные, печатные), в которых информация изложена в форме буквенного текста; б) иконографические документы (картины, кино- и фотодокументы); в) статистические данные; г) фонетические документы (магнитофонные записи, пластинки) [Гречихин В.Г., 1988: 96-97].

По своим принципам классифицируют документы французские ученые Р.Пэнто и М.Гравитц. Они разбивают их на такие категории:

1) письменные (причем наряду с письменными они выделяют и цифровые документы): а) официальные (имеются в виду сведения, которые сохраняются в государственных архивах; парламентские и административные публикации; статистика), б) пресса (она имеет ценность, поскольку в ней отражаются интересы разных политических партий и слоев населения), в) документы, которые распределяются или продаются (здесь ученые имеют в виду рекламу, биографические справочники, литературные произведения), г) документы частных лиц (документы, которые сохраняются в личных архивах, личные документы);

2) предметы (изучать уровень и направление развития цивилизации по выработанным предметам);

3) визуальные (иконография, которая охватывает всю изобразительную информацию, кроме фотографий: рисунки, гравюры, картины и тому подобное);

4) фонетические (особенно песни — как способ высказывания политической и социальной оппозиции);

5) аудиовизуальные (кино, телевидение) [Пэнто Р., Гравитц М., 1972: 306-323].

Следует отметить, что французские авторы несколько упрощенно воспринимают документ как объект анализа и это отражается на предложенной ими классификации.

Отличается от общепринятой и классификация, предложенная в «Рабочей книге социолога». Здесь документы по форме фиксации информации разделяются на 1) письменные (где сведения помещаются в форме литературного текста): а) государственные и центральные архивы, б) архивы организаций и предприятий, в) пресса, г) личные документы,

д) непрякая документация (здесь имеются в виду справочные издания, литературно-художественные произведения, учебно-педагогическая и детская литература); 2) статистические данные (форма, в основном, цифровая); 3) иконографические (кино- и фотодокументы, произведения изобразительного искусства: картины, гравюры, скульптуры и тому подобное); 4) фонетические. Авторы также разделяют документы на оригиналы и копии, независимые от исследователя и специальные документы исследования, на документы, которые позволяют только воспроизвести какие-то события, узнать о каком-то явлении: документы, которые позволяют сделать выводы об их авторах: документы, которые могут быть использованы только как иллюстративные [Рабочая книга социолога, 1976: 300-317]. Такое деление тоже отражает то, что авторы понимают документ в узком значении слова и распределяют документы по их внешним признакам. Авторы делают попытку классифицировать документы в зависимости от того, как они могут быть использованы, но сами признают, что их классификация условна.

Еще одну классификацию документов дает Словарь-справочник по социологии. По мнению автора статьи О.М.Масловой решающей является зависимость от технических средств фиксации информации в документе. По этому признаку можно выделить такие виды: письменные документы (официальная документация, литература, пресса, личные документы), иконографические документы (видео-, кино-, фотодокументы, картины, гравюры и тому подобное), фонетические документы (радио- и магнитофонные записи, грампластинки) [Социология, 1991: 74-75]. Конечно, и автор это осознает, условия и средства технической фиксации информации постоянно изменяются.

Были и исследования некоторых видов документов, например, личных [Гелюта А.М., Янкова З.А., 1971: 187-215; Рукавишников В.О., 1990: 118-130; Рукавишников В.О., 1985: 49-61].

Для проведения социологического исследования представляется целесообразнее сделать классификацию документов исходя из классической формулы массовой коммуникации Г.Лассуэлла, которая была выработана еще в 40-е годы. Схема охватывает все стадии коммуникации: 1) кто говорит? (исследуется сам коммуникатор и те, кто стоит за ним, руководит любой кампанией), 2) что говорит? (исследуется содержание коммуникации), 3) как? (канал коммуникации), 4) кому? (совокупность методов исследования аудитории), 5) с каким результатом? (какой эффект массовой коммуникации, какое ее влияние на аудиторию) [Lasswell H.D., Leites and associates, 1949]. Эту схему потом пробовали усовершенствовать как сам Лассуэлл, так и другие исследователи массовой коммуникации, но она при всей своей простоте охватывает весь процесс массовой коммуникации и, на наш взгляд, может быть основой для всестороннего исследования масс-медиа.

Классификацию по этой схеме целесообразно строить в таком виде:

1) По типу коммуникатора: а) личные документы, б) документы общественных организаций и неправительственных учреждений, в) пресса, г) официальные документы;

2) В зависимости от темы исследования. Можно смотреть на текст с юридической точки зрения и классифицировать документы на

оригинальные и поддельные, можно выделять описательные, аналитические, информационные и публицистические документы. Подход может быть и лингвистическим, и социально-психологическим, и историческим. В данном случае конкретное деление документов за характером содержания полностью зависит от темы и цели исследования;

3) По типу фиксации информации: а) письменно-печатные (имеется в виду текстовый материал в виде как букв, так и цифр), б) иконографические (все изобразительные документы, как статические (скульптуры, дома, орнаменты, картины, фотографии, то есть любые предметы, сделанные человеком), так и динамические (кино, теле, видеоматериалы), в) фонетические (языковые материалы, разговоры, песни, сказки и тому подобное в их озвученном виде), г) документы, которые передаются в закодированном виде с помощью электронной техники;

4) По типу адресата, аудитории. Здесь возможна классификация на индивидуального, группового и массового адресата, на официально и неофициального;

5) По ожидаемому эффекту. Внимание, прежде всего, обращается на модальность документа, на то, которое утверждается в документе. Это может быть предположение, приказ, уверенность, сомнение, утверждение, просьба, желательность, побуждение и тому подобное.

В исследовании нужно придерживаться нескольких правил. В частности, различать оценку события от ее описания, выяснять то, какой информацией пользовался автор документа, как близко он был до события, которое описывает, его намерения, как эксплицитные, так и имплицитные, исторические и политические обстоятельства, при которых создавался документ и тому подобное.

В целом, следует отметить, что классификация документов не должна быть самоцелью. Она только помогает исследователю, особенно на начальных этапах, определиться в море документов, выбрать именно те источники, которые отвечают теме и объему исследования. Своевременно и умело проведенная классификация служит как бы путеводной звездой, которая указывает ученому, как быстрее всего отобрать документы для любого исследования.

## Надежность и достоверность документов

Классификация документов помогает определить, насколько они адекватные теме исследования, но не дает ответа на вопрос, правдивы ли они и надежны. А знать это обязательно нужно, потому что анализ недостоверных документов даст неправильные выводы, и исследование будет ложным, если кто-то использует эти выводы в реальной жизни.

Надежностью считается «качественная и количественная характеристика данных исследования, с помощью которых устанавливается: обоснованность (валидность) информации, процедур анализа и сбора информации, их соответствие теоретическим и методическим требованиям; стойкость информации, то есть ее воссоздание и подобность результатов измерения в разных условиях» [Практикум по прикладной



социологии, 1987: 63]. Есть еще взгляд на надежность, как на «свойство качества информации, которая является мерилom ее обоснованности, определяет уверенность исследователя в том, что он получает ту информацию, которая по ряду параметров удовлетворяет его потребности, приемлемая для него... Это... не искаженная верность и точность» [Волович В.И., 1975: 140]. Понятие надежности связано с понятием достоверности, поскольку характеризует процессы познания, которые носят вероятностный характер и означают способность с большей достоверностью получать верный результат [Волович В.И., 1974: 30-66].

За рубежом, надежность часто определяется как «индекс, который показывает, в какой мере подобны результаты повторных измерений» [Математические методы..., 1966: 235] «стабильность результатов измерений» [Roghman K., 1969].

Надежность, как правило, измеряется по параметрам обоснованности, стойкости и точности. Обоснованность заключается в том, что измеряется именно то свойство, которое намеревался измерить исследователь. Точность зависит от чувствительности объекта, детальности шкалы, стойкости данных [Ядов В.А., 1972: 79].

Немецкие ученые выделяют несколько критериев надежности: 1) стойкость измерения (то есть процедура стойкая во времени, дает те же результаты при повторном исследовании), 2) точность измерения (то есть инструментальная точность процедуры), 3) постоянство условий (предусматривает отдельную оценку влияния неконтролируемых условий исследования), 4) постоянство относительно исследователя (независимость исследователя от результатов). Выделяются также четыре технических приема проверки надежности: 1) повторный тест (повторное исследование на том же массиве), 2) параллельный тест (проверка с помощью другой методики), 3) способ разделения пополам (корреляция результатов в разных подвыборках), 4) консистентный анализ (деление процедуры на общее количество индикаторов, которые ее составляют) [Процесс социального исследования, 1975: 124-148].

За достоверность принимается «характеристика качества исследования, соответствие сделанных выводов действительному состоянию объекта, который изучается. Достоверность результатов зависит от надежности данных и правильности теоретических выводов [Практикум по прикладной социологии, 1987: 63].

Философская энциклопедия определяет достоверность как «один из способов существования истины «для нас», при котором совпадение соответствия между познанием и объектом и знания этого соответствия... выступает для объекта как полностью установленное» [Философская энциклопедия, 1964: Т. 2: 55].

Руководители проекта «Массовая информация в советском промышленном городе» считают достоверность (как и репрезентативность) критерием надежности информации. Причем определяется достоверность качеством полевых документов, навыками персонала, техникой обработки информации, отсутствием влияния инструмента на объект. Для выявления достоверности измеряется точность фиксации характеристик объекта, мера их отклонения от фактических характеристик (используются контрольные элементы). Кроме того, определяется стабильность характеристик, которые фиксируются (для этого прово-

дятся повторные обследования). Несомненным доказательством достоверности является подтверждение характеристик разными группами респондентов. Также достоверность результатов повышается, когда характеристика измеряется разными методами. Важным показателем достоверности является стабильность характеристики во времени, ее стойкость [Массовая информация..., 1980: 74-81].

Исследователь также должен выяснить почему опущены одни факты и уделено большое внимание другим, какие мотивы создания документа, природу и истоки оценочных суждений и тому подобное [Коробейников В.С., 1990: 133].

Количественная оценка надежности распространяется на действие инструментальных погрешностей. Б.З.Докторов определяет пять классов надежности: повышенный (погрешность до 5 %), обычный (5,1-15%), приблизительный (15,1-25%), ориентировочный (25,1-50%), прикидочный (более 50%) [Докторов Б.З., 1983: 18-27].

Чтобы определить реальную меру надежности и достоверности информации, существуют немало способов. Чтобы проверить надежность документов, нужно, прежде всего, посмотреть, насколько обоснован их подбор, то есть насколько настоящие документы валидны, полностью ли отвечают цели исследования. Здесь, во-первых, может помочь классификация документов, а, во-вторых, в социологии считается ценнее, если в процессе валидизации, то есть проверки валидности, используется независимый внешний критерий.

Для самой простой проверки достаточно изучить намерения и мотивы того, кто создал документ, проанализировать общие обстоятельства, которые были при этом.

Для более детального анализа есть несколько способов. Изучая надежность, можно сравнить содержание документов, которые исходят из одного источника. Изучая изменения, которые происходили в течение определенного времени или в разных ситуациях, можно отделить постоянные категории, которые свойственны данному коммуникатору, от переменных.

Часто используется также метод независимых источников.

Проверка происходит так. Берутся характеристики основных категорий исследования и сравниваются с данными документов, которые анализируются. То, что совпадает, можно считать достоверной информацией.

В.И.Волович считает, что определить надежность документа, это означает меру доверия к нему. Для этого делается анализ происхождения документа: определяется личность автора, место происхождения документа, обстоятельства его появления, исправления и ошибки в тексте, выявление подлогов [Волович В.И., 1975: 140]. По мнению этого исследователя, надежность означает уверенность в том, что «при данных условиях отношения числа  $m$  случаев достижения цели к числу  $n$  случаев применения этих средств исследования» [Волович В.И., 1973: 12]. Идеальным соотношением здесь, конечно, является единица. Определяют надежность по таким критериям: 1) обоснованность программы исследования и проверяемость методик; 2) надежность сбора эмпирических данных; 3) репрезентативность полученных данных; 4) надежность обработки первичных данных; 5) возможность сопостав-

лять информацию; 6) обоснованность выводов; 7) возможность интерпретировать выводы в общей системе знания [Волович В.И., 1973: 15].

При проверке достоверности документа нужно посмотреть, оригинальный ли он, не поддельный ли. Проще всего это сделать с прессой, потому что газеты и журналы тиражируются, сложнее с историческими документами.

Особенно отметим, что достоверность самого документа не означает, что достоверны сведения, которые в нем содержатся.

Следует обратить внимание на то, насколько близко был коммуникатор к зафиксированным событиям, с какой целью составлял документ, исследовать обстановку вокруг его создания.

В оценке достоверности документов может помочь анализ обнаруженных ошибок. Рекомендуется классифицировать ошибки на случайные и систематические, а последние — на сознательные и несознательные [Рабочая книга социолога, 1976: 335-338].

В.Г.Гречихин выделяет шесть путей проверки достоверности эмпирических фактов. 1. Использование других исследовательских методов. 2. Использование наблюдения для проверки данных опроса. 3. Опрос разных людей об одном факте. 4. Экспертные опросы. 5. Использование данных других исследований. 6. Повторные исследования [Гречихин В.Г., 1988: 182-186].

Анализ надежности и достоверности документов особенно важен в тех случаях, когда документы являются единственным объектом исследования и нельзя проверить добытую в ходе их анализа информацию в результате использования других методов.

Измерение надежности всегда проводится для обеспечения надлежащего качества социологического исследования, потому что надежность является наиболее обобщенной характеристикой качества данных. Надежной называют информацию, в которой 1) отсутствуют неучтенные ошибки, 2) учтенные ошибки не превышают определенной величины. Есть две группы способов контроля надежности: внешний (сопоставление данных исследования с данными других исследований) и внутренний (изучение деления признаков в данном исследовании). Внешний контроль может быть 1) повторным по времени (*test-retest*), 2) внешним по условиям исследования, 3) полученным с помощью другого, эквивалентного инструмента, 4) с помощью того же инструмента, но другого исследователя, 5) с помощью исследования на другом объекте. Показателем совпадения информации, как правило, служит коэффициент корреляции и средняя арифметическая и средняя квадратичная ошибки. Внутренний контроль проводится с помощью 1) изучения деления данного признака по всей выборке, 2) сопоставления деления признака во всем массиве, 3) изучения деления признаков в подвыборках и тому подобное [Паниотто В.И., 1991: 84-86; Паниотто В.И., 1977: 137-148].

Вообще, проблема надежности разрешается на нескольких уровнях: методологическом, методическом и организационно-процедурном, причем первый зависит от теоретических посылок, а другие — от эмпирических данных [Саганенко Г.И. Надежность..., 1981]. При этом выделяются три составляющие: надежность единичных фактов, правильный отбор этих фактов, адекватный анализ фактов [Саганенко Г.И. Способы..., 1981: 98-108].

Некоторые западные ученые определяют надежность как «стабильность, объективность и отсутствие двусмысленности статистического теста или ряда измерений», а валидность как «соответствие между тем, для чего предназначен инструмент измерения, и что он действительно измеряет» [Theodorson G.A., Theodorson A.G., 1969: 343, 455].

В Украине вопросы надежности документов уже детально рассматривались и хорошо разработаны [Волович В.И., 1974; Паниотто В.И., 1986].

Особо следует рассматривать проблему валидности — то есть того, насколько пригодна та или другая методика для решения конкретных научных заданий. Для выяснения валидности обосновывается и проверяется гипотеза релевантности, то есть смыслового соответствия оценок, полученных в результате применения методики, с данными формализованных оценок деятельности объекта исследования. Есть три вида валидности: по критерию, содержанию, конструкту (по тесноте связи результатов, полученных с помощью разных методик) [Гуревич К.М., 1991: 22-24].

В.И.Паниотто выделяет валидность по критериям или эмпирическую валидность (она заключается в соответствии информации, которая получена с помощью данной методики, и информации, полученной с помощью методики, которая обоснована контролем, который является внешним к данной процедуре), прогностическую валидность (она заключается в пригодности информации для предвидения поведения респондентов), актуальную валидность (заключается в способности методики измерять актуальный уровень характеристик индивида), содержательную валидность или валидность по содержанию (она характеризует, насколько ситуации, которые содержатся в методике, репрезентативны для всех ситуаций, которые должен описывать тест) и контрактную или концептуальную валидность (соответствие измеряемого за данной методикой признака теоретической концепции исследования) [Паниотто В.И., 1986].

Некоторые ученые, вообще, считают обоснованность центральным элементом измерения в социологии [Докторов Б.З., 1979: 130-148].

## Резюме

Информация играет выдающуюся и, во многом, определяющую роль в функционировании и развитии современного общества. Информация, дополняя представления человека о сущности природы, служит базой для познания как естественных, так и социальных явлений.

Понятие «информация» было введено в науку в XX в. и теперь является одним из самых популярных. Проблемами информации теперь занимаются представители самых различных наук.

Кардинальным образом поменялось информационное взаимодействие. Теперь в единую информационную систему включен весь мир. От характера этого взаимодействия теперь зависит общественный прогресс, успешное развитие общества. Развитие информационного вза-

имедействия в глобальных масштабах привело к революционным изменениям в жизни людей, взаимодействии социальных групп, темпах развития общества. Информация об актуальных изменениях распространяется на все заинтересованные группы практически мгновенно, что существенно ускоряет темп жизни.

Причем, с одной стороны, мы наблюдаем избыток информации, с другой, повышенные потребности порождают явление информационного голода. Особенно важной становится защита от дезинформации и ненужной информации, поиск и получение целевой информации.

Представители различных наук по-разному определяют понятие «информация». Но большинство сходятся на том, что обязательным его атрибутом должна быть новизна, т.е. информация должна уменьшать неопределенность у реципиента. Таким образом, само по себе сообщение приобретает информационные характеристики при его получении реципиентом. Чем больше неопределенности устранило сообщение, тем больше информации для конкретного реципиента оно несло.

Продолжается оставаться дискуссионным вопрос о природе информации. Существуют два основных подхода: атрибутивный и функциональный. Согласно первому, информация — это атрибут материи (часто ее называют способом структурирования материи), согласно второму, информация является результатом целенаправленной активности, т.е. возникает в результате функционирования общества (некоторые ученые считали, что информация возникает только в сознании, другие — при приспособлении человека к окружающему миру). Вероятно, закономерно, что в числе сторонников первого подхода преобладают представители точных наук, а второго — гуманитарных.

Интересным представляется вопрос о соотношении информации и знания. Информация тут выступает источником знания. Последнее же можно определить как усвоенную информацию, которая помогает ориентироваться в окружающем мире.

Необходимо отметить, что информация циркулирует только через материальные носители. Сама она не имеет материальной структуры, хотя, будучи зафиксированной в материальных объектах, может существовать в пространстве и времени и влиять на функционирование как своих носителей, так и других объектов. Информацию можно уничтожить при уничтожении всех материальных объектов, на которых она зафиксирована. Вне материальных объектов она не существует.

Замечательным свойством является не расходимость информации при ее передаче и потреблении, возможность многократного потребления.

В условиях интенсивного развития сетей передачи информации это приводит к информационному взрыву и порождает проблему отбора необходимой информации.

Интересные дискуссии развернулись вокруг термина «коммуникация». Большинство исследователей подразумевают под ним или связь как таковую, или общение между людьми. В сфере журналистики коммуникация, на наш взгляд, выступает как синоним общения. Коммуникация при этом носит межличностный, групповой и массовый характер (это не исключает автокоммуникацию, т.е. общение с самим собой). Ко-

нечно, в зависимости от целей исследования можно дробить масштаб коммуникации, выделяя, например, коммуникацию в малых группах.

Необходимо отметить, что коммуникация является абсолютно необходимой для существования разумных существ. Активная коммуникация — это условие успешного развития как индивида, так и общества. Человек, лишенный одного вида коммуникации, подсознательно стремится восполнить дефицит иным ее видом. В случае если человек теряет возможность к коммуникации, он как существо разумное гибнет. Так же как и для отдельного индивидуума, коммуникация важна для функционирования общества. Без развитой системы коммуникации общество обречено на гибель, а государство распадается.

Особую роль в общении играет понимание. Без него невозможно достигнуть цели общения. Понимание возможно при наличии ряда условий (например, общего подхода к основным понятиям коммуникации у коммуникатора и реципиента), а также при успешном преодолении препятствий в процессе коммуникации (в т.ч. различного рода шумов, которые искажают содержание общения).

Отдельное внимание следует уделить массовой коммуникации. Этот вид общения происходит в масштабах больших социальных групп, а часто и всего общества, и является условием его функционирования. Массовая коммуникация — это процесс сбора, обработки и распространения социальной информации через специальные каналы на большую и расположенную в разных местах аудиторию. Т.е. она имеет лонгитюдный характер, имеет начало и конец, предмет этого вида коммуникации тот же, что и предмет журналистики, под специальными каналами понимается периодическая пресса, радиовещание, телевидение, интернет-медиа и другие подобные каналы. Особое внимание стоит обратить на характер аудитории. Величина ее при этом является относительным показателем, но абсолютный характер имеет другой показатель — расположенность в разных местах. В достижении эффекта от коммуникации особую роль имеет отчужденность коммуникатора от аудитории (в отличие от межличностной коммуникации). К трудностям при изучении термина «массовая коммуникация» можно отнести отсутствие общепринятого определения. Под ним подразумевают и распространения информации на массовую аудиторию, и саму информацию, и технические каналы коммуникации.

Существует множество подходов к рассмотрению процесса массовой коммуникации. Это не удивительно, учитывая, какую роль играли масс-медиа в прошлом, и их возрастающее (в связи с переходом к информационному обществу и общей тенденции к увеличению интенсивности медиа-общения) влияние в настоящем. Особое внимание при этом обращается на политику формирования контента, то есть на особенности работы коммуникатора (особенно остро стоит вопрос осознанной и неосознанной (само-) цензуры), формирование эффектов коммуникации (особенности продажи содержания аудитории, «власть» медиа над настроениями, мнениями, действиями, механизмы преодоления барьеров внимания и запоминания), право на слово (кто и как может получить право на донесение своей точки зрения через масс-медиа, кто и в каких обстоятельствах может себе присвоить роль ньюсмейкера), характер связей коммуникатор-аудитория, развитие интерактивных

элементов общения, критерии отбора информации (и для коммуникатора, и для аудитории) и многое другое.

Основными элементами процесса массовой коммуникации являются кодирование, передача, декодирование. В процессе передачи сигнала возникают различные шумы, помехи.

Подготовкой и передачей сигнала занимается коммуникатор, сигнал содержит некую закодированную информацию, передается он по специальным каналам (масс-медиа), его принимает аудитория, декодирует (причем успех и адекватность декодировки зависит от многих составляющих). Сообщение может оказать на аудиторию различные эффекты.

Кодирование представляет собой перевод информации в такие символичные формы, которые 1) будут как можно однозначнее и адекватнее к вложенному коммуникатором смыслу поняты аудиторией; 2) приспособлены для передачи через масс-медиа.

Передача зависит от особенностей канала коммуникации и может содержать элементы, которые при декодировании влияют на различные органы чувств.

Декодирование зависит 1) от особенностей канала коммуникации; 2) уровня подготовки реципиента; 3) релевантности понимания переданной информации коммуникатором и реципиентом.

Помехи возникают 1) при передаче сигнала вследствие особенностей канала коммуникации; 2) из-за неадекватного понимания переданной информации. В случае неполной передачи сигнала, его искажения при передаче, различного понимания символов коммуникатором и реципиентом помехи могут носить фатальный характер.

Коммуникатором является индивид либо группа индивидов, которые имеют влияние на содержание массовой коммуникации. К группам коммуникаторов относятся: 1) владельцы медиа; 2) топ-менеджмент; 3) журналисты; 4) журналистские коллективы.

Сообщения могут содержать любую информацию, созданную человеком для ее передачи во времени и/или пространстве и закрепленную на материальном носителе.

Каналы передачи — это различные виды масс-медиа. Чаще всего к ним принято относить периодическую прессу, телевидение, радиовещание, Интернет, хотя общий список масс-медиа этими составляющими не исчерпывается.

Аудиторией принято считать группу людей, объединенных общими информационными потребностями. Она может иметь стойкий и ситуативный характер. Аудитория масс-медиа имеет гетерогенный, относительно анонимный характер, расположена в разных местах.

Эффекты при получении и восприятии массовой коммуникации могут быть разной степени интенсивности. Принято различать потенциальный эффект (тот, на который рассчитывал коммуникатор) и реальный (тот, который возник после получения сообщения).

В целом, процесс передачи, приема и обработки информации называется коммуникативным процессом.

Особую роль в процессе массовой коммуникации играет социальная информация. Она служит контентом этого процесса. Социальную информацию можно определить как сообщения, которые переданы

любым понятным человеку кодом и содержат в себе сведения о процессах функционирования человека и общества, а также все то, что касается и может повлиять на эти процессы. Такое определение, на наш взгляд, достаточно полно и вместе с тем четко ограничивает границы социальной информации, что ведет к более эффективному ее изучению.

Социальная информация, как и любая другая, предусматривает соответствующий отбор. Большая часть информации пропадает, но та, которая остается актуальной для человечества, переходит из поколения к поколению. Сама социальная информация не однородна. Она может быть типологизированной по источнику, сфере деятельности общества, труду и тому подобное.

Вообще, духовное общение связано не только с трудом, но и с познанием. Хотя общение является необходимым элементом, условием других видов деятельности, оно имеет и самостоятельное значение. Именно в этой своеобразной универсальности и заключается его специфика как особенного вида человеческой деятельности. При анализе общения и коммуникационного процесса необходимо выяснить, через какого «посредника» идет обмен идеальными отражениями вещественного мира. И здесь мы обязательно встретим понятие «информация», ее количественные и качественные характеристики.

В журналистике информация является одним из свойств материалов. Информация в этом случае приравнивается к сообщению фактов, которые имеют аспект новизны.

При общении важную роль играет как содержательный и ценностный аспект информации, так и форма ее подачи и передачи. Для людей, которые общаются, имеет значение и несет определенную информацию не только то, что сказано, но и то, как, каким тоном и при каких обстоятельствах это сказано. Потому правомерно выделить в общении рациональный и эмоциональный моменты.

Рациональный связан с пониманием, эмоциональный — с выражением чувств. В процессе общения эти аспекты находятся в разных соединениях. В ряде случаев они могут выступать и самостоятельно.

Основными характеристиками социальной информации является ее количество, ценность, содержание, объективность, адекватность, достоверность, точность, оперативность, надежность.

Выводы изучения разных существенных аспектов социальной информации с точки зрения социологии можно просуммировать таким образом. Социальная информация: 1) отображает общественные отношения; 2) связана с различными видами человеческой деятельности; 3) зафиксирована сознанием; 4) опосредствована факторами психологического плана; 5) используется человеком для влияния на других людей. Она имеет сложную структуру, которая включает научно-техническую, экономическую, социально-политическую, идеологическую и другие виды информации.

Большую роль играет объективность информации. В работе с информацией бывают искажения по разным, в том числе объективным причинам. Например, еще нет адекватных технических средств и оборудования, которое бы классифицировало информацию, обрабатывало ее, выбраковывало обветшалую информацию.



Однако гораздо большую роль играет социальное искажение. При работе с информацией, прежде всего информацией масс-медиа, ученый должен исключать влияние такого искажения.

Нужно согласиться с тем, что социальная информация имеет еще одно важное качество: она никогда не бывает нейтральной. Информация, которая проходит в масс-медиа всегда пытается влиять на людей. Проводилось достаточно много исследований, которые ставили своей целью доказать, что можно выполнить установку американской журналистики «News not views» (новости без взглядов), но они еще раз показывали, что даже без комментария через отбор новостей или какие-то другие условия коммуникатор, сознательно или бессознательно, все равно пытается влиять на аудиторию в определенном духе.

В наше время особенное значение приобретают качественные характеристики информационных процессов. Бурные изменения, которые происходят в обществе, приводят к необходимости оценить разные стороны общественной жизни. Ценностный подход по-разному интерпретируют сторонники разных научных школ. Аксиологические концепции исходят из относительно субъективного характера ценностей. Проблема ценности здесь рассматривается в прямой связи с понятием выгоды, что само по себе снимает возможность обсуждения ценностных характеристик вещей и явлений как объективных показателей. Понятие ценности тесно связано с понятием полезности информации.

Социальная информация неизбежно возникает при функционировании социума. Она может вырабатываться самопроизвольно и специально. В зависимости от типа общества приоритет может иметь вертикальная (одноканальное общение между субъектами, которые находятся в неравноправном социальном положении) или горизонтальная (многоканальное интерактивное общение) передача информации. Скорость общественных преобразований не в последнюю очередь зависит от интенсивности информационных обменов. В ходе исторического развития объем социальной информации постоянно увеличивался. В новейшей истории, с переходом общества к информационной фазе развития это увеличение приняло скачкообразный характер известный под именем информационного взрыва. Социальная информация служит для передачи знаний и опыта, сохранения традиций, поиска путей развития. Фактически, она играет универсальный характер и объединяет общими знаниями и смыслами общественные структуры.

В журналистике понятие «информация» имеет очень важное значение, потому что именно через сбор, обработку и распространение информации осуществляется профессиональная журналистская деятельность.

Принято подчеркивать ту роль, которую играют медиа в демократическом обществе. Причинно-следственный ряд тут устанавливается таким образом: демократия — это власть народа, он может контролировать властные институты только имея полную информацию об их деятельности, власть тоже может узнать о настроениях народа при помощи универсального посредника, которым и являются масс-медиа.

Определенную проблему представляет собой стремление большей части медиа сосредотачивать внимание на сенсационных сообщениях. Конечно, стремление к сенсациям искажает представление адекват-

ной картины происходящего. Иными словами виртуальный мир сильно отличается от мира реального. Это тем более важно, т.к. создает лживые представления о действительности у людей, которые подвержены вторичной социализации (т.е. социализации через медиа, т.к. не имеют достаточно собственного жизненного опыта).

Ученые расходятся по поводу того, что же такое документ, — то ли информация, или какой-то материальный предмет, или средство сохранения информации, но во всех определениях упоминаются информация и материальный носитель, на котором она зафиксирована. По-видимому, наиболее взвешенным является определение, которое дано в ГОСТ 16487-83: «Документ — материальный объект с информацией, которая закреплена созданным человеком способом для ее передачи во времени и пространстве» [ГОСТ..., 1984: 2].

Под документом в социологии следует считать любой носитель с закрепленной на нем информацией. Всякие ограничения, как относительно того, какие именно должны быть носители (магнитная лента, киноплёнка и тому подобное), так и относительно каких-то характеристик информации не нужны.

Классификацию за этой схемой целесообразно строить в таком виде:

1) По типу коммуникатора: а) личные документы, б) документы общественных организаций и неправительственных учреждений, в) пресса, г) официальные документы;

2) В зависимости от темы исследования. Можно смотреть на текст с юридической точки зрения и классифицировать документы на оригинальные и поддельные, можно выделять описательные, аналитические, информационные и публицистические документы. Подход может быть и лингвистическим, и социально-психологическим, и историческим. В данном случае конкретное деление документов по характеру содержания полностью зависит от темы и цели исследования;

3) По типу фиксации информации: а) письменно-печатные (имеется в виду текстовый материал в виде как букв, так и цифр), б) иконографические (все изобразительные документы, как статические (скульптуры, дома, орнаменты, картины, фотографии, то есть любые предметы, сделанные человеком), так и динамические (кино, теле, видеоматериалы), в) фонетические (языковые материалы, разговоры, песни, сказки и тому подобное в их озвученном виде), г) документы, которые передаются в закодированном виде с помощью электронной техники;

4) По типу адресата, аудитории. Здесь возможна классификация на индивидуального, группового и массового адресата, на официально и неофициально;

5) По ожидаемому эффекту. Внимание, прежде всего, обращается на модальность документа, на то, что утверждается в документе. Это может быть предположение, приказ, уверенность, сомнение, утверждение, просьба, желательность, побуждение и тому подобное.

В исследовании нужно придерживаться нескольких правил. В частности, отличать оценку события от ее описания, выяснять то, какой информацией пользовался автор документа, как близко он был до

события, которое описывает, его намерения, как эксплицитные, так и имплицитные, исторические и политические обстоятельства, при которых создавался документ и тому подобное.

В целом, следует отметить, что классификация документов не должна быть самоцелью. Она только помогает исследователю, особенно на начальных этапах, определиться в море документов, выбрать именно те источники, которые отвечают теме и объему исследования. Своевременно и умело проведенная классификация служит как бы путеводной звездой, которая указывает ученому, как быстрее всего выбрать документы для любого исследования.

# 2

## **Массовая коммуникация: компоненты**

**Часть II. «Массовая коммуникация:  
компоненты»**

*посвящена рассмотрению различных подходов к массовокоммуникационным явлениям. В частности, исследованы основные составляющие процесса массовой коммуникации. Много внимания уделено анализу масс-медиа, коммуникатора, аудитории и т.д.*

**2.1. Масс-медиа: теоретические,  
исторические и практические аспекты  
(с. 142 – с. 175)**

**2.2. Направления исследования  
массовокоммуникационных процессов  
(с. 175 – с. 185)**

**2.3. Коммуникатор и аудитория  
(с. 186 – с. 188)**

**2.4. Массы  
(с. 188 – с. 199)**

**2.5. Влияние масс-медиа на аудиторию  
(с. 199 – с. 209)**

## 2.1. Масс-медиа: теоретические, исторические и практические аспекты

### Понятие о масс-медиа

Только на первый взгляд кажется, что масс-медиа возникли и существуют как исключительно журналистское явление.

Нужно отметить, что они играют значительно более широкую роль. Исследованиями масс-медиа занимаются философы, политологи, культурологи, филологи, психологи, представители многих других наук. Конечно, в их взглядах много отличного. Это обусловлено тем, что общий объект — масс-медиа — рассматривается с разных сторон. Но есть и общее. Это то, что касается общих закономерностей развития масс-медиа, путей оптимизации их деятельности.

Философы укажут прежде всего на те возможности масс-медиа, которые позволяют вести дискуссии в обществе, обмениваться мыслями, формировать общественное мнение. Или, напротив, изучают деструктивные возможности масс-медиа — идеологическое внушение, прививание нужных мыслей и взглядов.

По мнению украинского философа Е.Быстрицкого, масс-медиа являются «концентрированным выражением идеи открытого политического дискурса, социальным институтом по организации межчеловеческого диалога, гражданского консенсуса» [Быстрицкий Е., 1995: 38]. Он также считает, что масс-медиа являются медиаторами, то есть посредниками в обществе, средствами передачи информационных потоков от одной социальной группы к другой. Вместе с тем, многие из философов не соглашались с той мыслью, что масс-медиа внутренне формируют наше сознание. Они считают, что сами масс-медиа являются частью той реальности, в которой мы живем, но требуют серьезного отношения потому, что могут привлечь внимание людей к любой проблеме.

Философы выделяют условия, которым должно удовлетворять понятия медиа в философско-этическом дискурсе: 1) информационное средство нельзя рационально разделить по его идеальному и материальному составу (иначе это приведет к путанице, в медиа неразрывно объединяются материальные и идеальные компоненты); 2) оно должно трансцендентировать пространственную и временную связанность непосредственного опыта (расширяет возможности человека по передаче знаний, опыта, информации); 3) должно собирать и создавать общественность (аудиторию); 4) передает отсутствующее, но не как само по себе (то есть отсутствующее интегрируется в определенную структуру); 5) создает определенный тип дистанции к предмету; 6) создает особый тип близости (расширение горизонтов информирования); 7) выражает позицию к отсутствующему; 8) всегда держит отсутствующее в своем распоряжении (сохраняет, удерживает и оттягивает поток информации); 9) инсценирует передаваемое; 10) передает смысл [Этика..., 2003: 14-18].

С философской точки зрения прослеживается также ряд тенденций в медийных изменениях: «а) улучшение способности к накоплению; б) усиление воздействия на широкие слои населения и общественность; в) увеличение скорости распространения и передачи; г) усиление интенсивности восприятия; д) улучшение функций управления, в особенности посредством интерактивных технологий и обратной связи; е) повышение потенциала связывания; ж) улучшение способности к конкретизации, т.е. способности к визуализации и воплощению» [Этика..., 2003: 19-20].

Выделяются основные моменты медиальной передачи информации: 1) переданное медиа изначально указывает на немедийные события; 2) это оценочная информация; 3) отличается предварительной формой, которая зависит от особенностей конкретного медиа; 4) бесконечный опосредованный характер переданной информации; 5) отсутствие случайного в передающейся информации (все, что передается, специально переносится из немедийного в медийное пространство); 6) то, что передается, является информацией в качестве запечатления с трех позиций: а) запечатление в медийных носителях; б) запечатление в сознании, подсознании и чувствовании реципиента; в) запечатление в коммуникаторе. Кроме того, обращается внимание и на специфику канала информации: а) информация об одном и том же предмете или явлении, переданная различными медиа, имеет различный смысл; б) вместе со смыслами передается медийный контекст, который воздействует на восприятие информации; в) вместе с информацией медиа передают и себя (все три условия имеют явный отпечаток взглядов Г.М.МакЛюэна) [Этика..., 2003: 25-28].

В немецкой философской мысли выделяется четыре типа отношений человек-медиа: 1) человек определяет себя как подчиненное медиа существо; 2) человек определяет себя как связанное с медиа существо; 3) человек определяет себя как зависящее от медиа существо; 4) человек определяет себя как информационно нуждающееся существо [Этика..., 2003: 41-45].

Выдающийся философ-экзистенциалист К.Ясперс считал, что масс-медиа есть форма бытия индустрии культуры. При этом он подчеркивал, что медиа, с одной стороны, не должны усиливать и эксплуатировать слепое доверие к ним (тем более, что они сами его создают), но, с другой, должны бороться с нигилистическим недоверием, недоверием ради недоверия. Врач-психиатр по специальности К.Ясперс считал, что экзистенциальная коммуникация между людьми возможно только в случае, если они имеют общую судьбу, общие проблемы, «общую ситуацию», общение ж в масштабах человечества возможно вследствие общечеловеческих принципов, общих духовных истоков. Если от них отказаться, по К.Ясперсу, последует мировая катастрофа.

Н.Луман считал, что понятие масс-медиа имеет тенденцию к расширению. «В дальнейшем понятием «масс-медиа» должны быть охвачены все общественные учреждения, использующие технические средства для распространения сообщений» — писал он [Луман Н., 2005: 9]. Тут прежде всего имелись в виду результаты тиражирования любой печатной продукции для заранее не определенных адресатов. В случае общедоступности под категорию «масс-медиа» попадали также сообще-



ния в эфире. При этом Н.Луман исключил из поля массовой коммуникации случаи общедоступности коммуникационного пространства (лекции, театральные и другие подобные представления, концерты, в том числе распространение материалов об этих выступлениях на кассетах и дисках). Причиной такого ограничения является то, что, по мнению немецкого ученого, только машинное производство носителей коммуникации привело к появлению масс-медиа. Он считает, что для процесса массовой коммуникации технология имеет то же значение, что в сфере экономики опосредующая функция денег. Именно технологии распространения коммуникаций, которые исключали межличностные интеракции в пользу массовокоммуникационной, лежали в основе обособления системы масс-медиа. Таким образом, письменность сама по себе не создает массовую коммуникацию, но ее создает книгопечатание. Кроме того, высказывается замечательная мысль о том, что «между отправителем и адресатами не может состояться непосредственная интеракция», которая исключена из-за посредничества техники [Луман Н., 2005: 10]. Это неплохой ответ тем, кто смешивает различные типы коммуникации (особенно, межличностную и массовую). Разумеется, по итогам массовокоммуникационного обмена может состояться межличностная коммуникация и попытки обратной связи. «Однако от нее уже не зависит успех планомерной коммуникации. Так в сфере масс-медиа возникает аутопойетическая, самовоспроизводящая система, более не зависящая от передачи в процессе интеракций между присутствующими» [Луман Н., 2005: 30]. Кроме того, Н.Луман отмечал амбивалентный характер реальности масс-медиа. Реальная реальность масс-медиа состоит в их собственных операциях, прежде всего, в их коммуникациях. Второй смысл реальности масс-медиа философ видит в том, что для масс-медиа и благодаря им выглядит как реальность. То есть масс-медиа производят трансцендентальную иллюзию. Кроме того, Н.Луман отмечал такое свойство массмедийной информации как периодичность и лонгитюдность наблюдений. Важная функция — это порождение и переработка раздражений. Причем периодичность тут играет важную роль, т.к. мы можем быть уверены в том, что в будущем узнаем больше и детальнее об актуальных событиях. Масс-медиа существуют в обществе, не вырываясь и не возвышаясь над ним. При этом система масс-медиа корректирует саму себя благодаря собственному обособлению и имеет универсальный характер, т.е. «может заниматься всем, что может тематизироваться в ее собственных коммуникациях... Не существует таких фактов, сущность которых препятствовала бы их освещению в средствах массовой коммуникации» [Луман Н., 2005: 30].

Г. Малецке считал, что масс-медиа — это «технические инструменты или аппараты, при помощи которых высказывания открытым, непрямым образом и в одностороннем порядке передаются дисперсной аудитории» [Maletzke G., 1963: 41; по Неверла I., 2011: 241]. Г. Просс развил это определение [Pross H., 1972]. Он разделил медиа на первичные, вторичные и третичные. К первичным медиа тут принадлежит, например, язык. Коммуникатор и реципиент должны владеть одинаковым языком для успеха коммуникации. Никаких технических приспособлений при этом не нужно. Вторичные медиа — это те, где коммуникатор пользуется специальной техникой (например, печатный

станок) для выпуска продукции и ее доставке аудитории. Третичные медиа подразумевают необходимость специального оборудования не только для выпуска, но и для ознакомления с продукцией (например, кинематограф, радиовещание, телевидение). Р. Буркарт ввёл понятие «четвертичных медиа» [Burkart R., 2002: 38; по Неверла I., 2011: 243]. К ним он относит цифровые медиа и онлайн-коммуникацию, делая упор на высоком уровне интерактивности и исчезновении традиционного жесткого разделения между коммуникатором и аудиторией. И. Неверла определяет масс-медиа как «взаимосвязи действий, которые пользуются сложными каналами и техникой коммуникации и выполняют в организационных формах, основанных на разделении труда, по определенным правилам и принципам важные для общества функции в целях общественной коммуникации [Неверла I., 2011: 243].

М. Шмольке в свою очередь сформулировал три пути развития, к которым можно применить утверждения, имеющие силу закона: «1. Медиа возникают тогда (и как постоянные институты — только тогда), когда на них возрастает общественный спрос (закон спроса). 2. Медиа не отмирают (закон невытеснения). 3. Медиа выходят на сцену общественной коммуникации через все более короткие промежутки времени (закон ускорения)» [Schmolke M., 2004: 246; по Гьомберг В., 2011: 196].

Культурологи определяют масс-медиа как «современные технические средства доставки информации, которые синтетически объединяют синхронный (моментально «актуальная» трансляция по горизонтали общества) и диахронный (консервативно «историческая» трансляция по вертикали общества, то есть от поколения к поколению) планы передачи культурных сообщений» [Борев В.Ю., 1976: 11]. История культуры знает два больших шага в средствах передачи художественной коммуникации, шаги, которые изменили парадигму художественной культуры. Первый — переход от устного высказывания образной мысли к ее письменной фиксации, а второй — переход от письменного текста к изобразительно-звуковому выражению художественного образа. В сравнении с предыдущими коммуникационными формами масс-медиа имеют значительно больше возможностей консервирования и распространения произведений культуры, могут практически моментально доставлять их большой аудитории.

Из критического анализа концепции А.Моля о «мозаичности культуры» можно сделать выводы о познавательных возможностях масс-медиа. Кино, телевидение и другие масс-медиа могут подменить систематическое образование «мозаичной культурой», которая состоит из отдельных сведений, трактующихся в духе определенных политических и идеологических установок. А.Моль писал, что «процесс функционирования масс-медиа состоит в том, что их продукцию как бы рассеивают или распыляют в том, что Курт Левин и Морено называют социальным полем» [по Кара-Мурза С.Г., 2000: 156].

И.Мартин-Барберо считал, что масс-медиа — «это не просто «носитель», который перемещает «идею» с одного места в другие, он сам по себе есть субъективную, интерпретативную, идеологическую форму» [Martin-Barbero J., 1993: 102; по Лалл Дж., 2002: 30]. Ряд культурологов стояли на мажорановских позициях относительно роли медиума. Например, Дж.Лалл писал, что «техническая форма, которая используется

для перемещения информации с места на место, сама по себе сообщает нечто не менее (если не более) важное, нежели очевидный смысл сообщения» [Лалл Дж., 2002: 30]. При этом масс-медиа, по его мнению, это «коммуникационные отрасли и технологии, которые включают прессу, радио, телевидение, кино. Термин «массовый» обозначает способность масс-медиа доносить свои сообщения до большого количества людей на больших территориальных пространствах», а массовая коммуникация — «передача и приём информации, в том числе развлекательного материала, с помощью таких масс-медиа, как пресса, радио, телевидение, кино. Такой коммуникации присуще малое количество дающих и очень большое — принимающих, которые имеют очень незначительные возможности обратной связи» [Лалл Дж., 2002: 244]. Особое внимание уделялось тому, что масс-медийная реальность становится своеобразным заменителем реальности действительной, и уже действительность начинают воспринимать по стереотипам, которые возникли в результате массовокоммуникационного общения.

Филологи рассматривают в основном такой аспект функционирования масс-медиа, как язык и знаковые системы. При этом предметом особенного внимания является семиотика, потому что именно текст есть посредником между коммуникатором и аудиторией.

Здесь также выделяется изобретение такого инструмента связи, как письменность. Именно с этим изобретением связывается переход от варварства к цивилизации. В период цивилизации эта знаковая система получила не только статус независимости от звукового языка (артикуляционно-фонетической звуковой системы), но и послужила основой конструирования многочисленных видеографических (визуальных) знаковых систем. Эти системы, пройдя свой путь развития, получили такие характеристики, как высокий уровень структуры, четкую дифференциацию, совершенство процедуры преобразования знаковых систем друг в друга. Расширение предметной отрасли семиотики выдвигает требование разработки общей теории знаковых систем не только дескриптивного (описательного), но и экспликативного (объясняющего) типа. Нужно произвести оптимальную теоретическую модель, которая способна не только объяснять, но и предусматривать поведение как минимум двух объектов (например, артикуляционно-фонетической и видеографической знаковых систем). Необходимо также исследовать взаимодействие разных масс-медиа, их совместимость [Волков А.Г., 1975: 6-11].

Но и здесь подчеркивается угроза деструктивного влияния масс-медиа. Это положение точно иллюстрируется в переписке А.Тойнби и Н.И.Конрада [Конрад Н.И., 1974; Письмо..., 1974]. Отвечая на письмо А.Тойнби, академик Н.И.Конрад, в частности, писал: «Вы знаете, что уже неоднократно на разных международных форумах шла речь об опасности, которая заключается в современной системе массовых коммуникаций — системе, которую создают радио, телевидение, кинопередачи, массовая газетная и журнальная пресса, массовая литература, — художественная и научно-популярная. Все мы так или иначе охвачены этими коммуникациями, находимся в их власти. Например, меня может совсем не интересовать, как какая-то звезда фигурного катания метет своей шевелюрой лед на катке в Любляне или Вене, но я все же

смотрю: действует гипноз телевизора. Но, что странно — я даже начинаю привыкать к этому гипнозу» [Конрад Н.И., 1974: 272].

Для политологов массовая коммуникация — это, прежде всего, удобный канал связи с массовой аудиторией и возможность влиять на нее. «Краткий оксфордский политический словарь» определяет масс-медиа как «разнообразные средства, которые выполняют массовые коммуникативные и развлекательные функции: газеты, журналы и другие печатные издания, телевидение, радио и кино» [Короткий..., 2005: 246]. При этом особое внимание обращается на такое условие успешной деятельности масс-медиа как высокий общий уровень грамотности, увеличение свободного времени и доступность средств для приема массовокоммуникационной информации. Основной функцией медиа является развлекательная. Именно она дает наибольшую прибыль. Политологов же больше привлекает информационная функция медиа, их роль в формировании общественного мнения, дискуссионная площадка, которую они представляют основным группам общества. Медиа подвержены определенным формам контроля. В основном он проявляется через собственность, финансирование и лицензирование. Однако с развитием информационных технологий, несмотря на общую тенденцию к концентрации медиа-собственности, регулировать потоки массовой коммуникации становится все труднее. Поэтому верх берут тенденции к дерегулированию и приватизации (или обобществлению). Также следует иметь в виду, что в большинстве стран население в большинстве случаев индифферентно относится к политической информации.

Политологи едины в том, что основной канал политической коммуникации в современную эпоху — это масс-медиа. Вне масс-медиа крайне ограниченное число граждан принимают участие в различных политических акциях. Ученые выделяют несколько этапов развития теории роли медиа в политической коммуникации. В принципе, эти этапы характерны для и для истории теории массовой коммуникации в целом. Первая фаза длилась до 40-х гг. XX в. и характеризовалась верой в то, что масс-медиа имеют большое политическое влияние. Для этого периода характерны исследования моделей стимула — реакции, представление об индивидах как слабозащищенных от пропагандистского влияния особей. Как реакция на такие взгляды в 40-60 гг. XX в. возникло представление о масс-медиа как о средстве, которое фактически не влияет или слабо влияет на политические процессы и взгляды. Причиной было опубликованное в 1944 г. исследование П.Лазарсфельда «Выбор народа», где выдвигалась концепция продвижения политических взглядов через межличностную коммуникацию (при посредничестве лидеров мнений), а не через масс-медиа. С 70-х гг. доминируют теории, среди которых есть и обосновывающие сильное влияние медиа на политическую коммуникацию (например, спираль молчания Ноэль-Нойманн), и оппонирующие им [Чопп К., Донгес П., 2001: 116-118].

Для некоторых представителей социологической науки средства массовой информации — это «совокупность современных каналов связи (пресса, телевидение, радиовещание, кино и др.), с помощью которых доносится разнообразная информация до широкой общественности общества» [Социология, 1998: 349]. При этом подчеркивается относительная самостоятельность масс-медиа и слабость обратной связи.

Вообще, современная теория коммуникации возникла на базе трудов К.Шеннона из математической теории связи. Эти идеи Н.Винер применил во время разработки теории управления. Потом общая схема процесса коммуникации была развита Харкевичем, Мейер-Еплером, Брилюэном и др. Современная теория языковой коммуникации вобрала общие схемы процесса коммуникации, выработанные на математической и кибернетической основе. Позднее процесс изучения коммуникации уточнялся путем изучения таких его аспектов, как философский (общефилософские вопросы языковой деятельности), лингвистический, социологический (язык как средство человеческого взаимодействия), психологический (язык как проявление поведения личности), психофизиологический, акустический (устный язык как последовательность звуковых волн), технический (роль технических средств как посредников между производителем языка и адресатом). Но все эти аспекты достаточно глубоко не разработаны.

Масс-медиа всегда присущи ряд моментов. К созданию и распространению сообщений масс-медиа обязательно привлечены технические средства.

Рассматривая такой важный момент массовой коммуникации, как содержание сообщений, в частности, тексты, следует заметить, что он играет важнейшую роль как посредник и передаточное звено между коммуникатором и аудиторией. В содержании текстов можно выделить институционные характеристики сообщений.

Общение в массово-информационном процессе имеет свою специфику. Это дистанционная коммуникация с помощью текстов специального рода словесности, где социальные субъекты, которые общаются, разъединены пространством и временами, а сам акт общения опосредствуется специальными социальными институтами — собственно средствами массовой коммуникации. Реализация акта общения происходит за счет использования новейших технологий и технических средств, которые позволяют преодолеть расстояние во времени и пространстве [Зильберт Б.А., 1986]. Масс-медиа можно определить как специальные социальные институты, которые занимаются сбором, обработкой и распространением социальной информации.

Следует отметить, что это необязательно технические средства. Хотя они играют очень важную роль в процессе коммуникации, что обусловило, в частности концепцию М.МакЛюэнна (он считал, что формы медиа играют решающую роль в развитии цивилизации. Причем их влияние настолько велико, что форма передачи сообщения влияет и на его содержание), но все же организуют работу этих средств, вносят творческий компонент в процесс массовой коммуникации, направляют его сами люди.

Вообще, принято считать, что индустрия масс-медиа включает в себя выпуск печатной продукции (включая книги), теле- и радиопередач, кино-, теле- и видеофильмов, аудиозаписей. При этом прибыль, в основном, получают за счет продажи развлекательной информации (инфотеймента) и рекламы, которая связана (либо привязана по размещению) с таким содержанием.

Недаром классики коммуникативистики считали, что масс-медиа исторически обусловлены развитием культуры и социальных отноше-

ний в условиях рыночного производства (на индустриальной стадии развития общества). Именно это послужило предпосылкой для превращения информации в дешевый и популярный товар с тремя основными функциями: развлечение, информирование, рекламирование. Таким образом, масс-медиа стали институтом общества, который органически связан с другими социальными институтами [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 116]. При этом среди коммуникативистов идут острые дискуссии относительно тенденций развития масс-медиа. Обращается внимание на опасность концентрации медийных ресурсов, их коммерциализации, консьюмеризма и конформизма, которые характеризуют современное западное общество.

Также из информатики был привнесен термин «поток информации». В коммуникативистике он обрел новое содержание, и уже обозначает не технические стадии процесса передачи-приема информации, а социальные (например, поток сверху вниз характерен для патерналистских обществ, а горизонтальные потоки — для демократических).

По мнению украинского ученого В.В.Ризуна становление и развитие информационной индустрии обусловлено «1) расширением сферы информационных потребностей общества; 2) общественно-экономическим и научно-техническим развитием общества; 3) процессами глобализации системы массовой коммуникации, а также других коммуникационных систем» [Ризун В.В. Теорія...].

Вообще-то среди исследователей масс-медиа много как пессимистов, так и оптимистов. Подчеркивается роль, которую играют медиа в развитии демократии, при осознанном выборе, при решении конфликтов (в случае, если медиа стоит над или в стороне от схватки).

Среди молодых исследователей бытует и мнение о всемогуществе масс-медиа. Например, мнение о том, что «основное место, где происходит борьба за сознание человека, — это средства массовой коммуникации (СМК). СМК формируют отношение к окружающему миру, влияют на общественные стереотипы и человеческое поведение» [Завгородняя Л.В., 2003: 1], конечно же, имеет право на существование. Стоит только учитывать то, что масс-медиа далеко не единственное, не всеисильное и не всеохватывающее средство формирования общественного мнения (включая организацию дискуссий), выработки стереотипов и стандартов поведения.

Отдельно следует подчеркнуть разногласию в вопросе, что именно следует отнести к масс-медиа. Как правило, под этим термином понимают периодическую прессу, радиовещание, телевидение, онлайн-медиа, хотя есть мнения, согласно которым этот список расширяется во много раз.

Например, «Глоссарий по информационному обществу» относит к масс-медиа довольно-таки много разнообразных средств: «пресса (газеты, журналы, книги), радио, телевидение, кинематограф, звукозаписи и видеозаписи, видеотекст, телетекст, рекламные щиты и панели, домашние видеоцентры, сочетающие телевизионные, телефонные, компьютерные и другие линии связи» [Глоссарий...].

Есть и краткие определения. Так, Г.П.Бакулев определяет масс-медиа как средство передачи информации в массовой коммуникации [Бакулев Г.П., 2005: 3].

Довольно подробно останавливается на понятиях медиум, медиа и масс-медиа Б.В.Потятынык. Медиум он обозначает как отдельное средство передачи информации, медиа — совокупность этих средств, масс-медиа — средства донесения информации до массовой аудитории [Потятынык Б. Філософія...; Потятынык Б., 2004: 8].

Л.Н.Федотова сделала попытку рассмотреть теоретическую модель масс-медиа. По ее мнению масс-медиа в этом случае обладают такими характеристиками: 1) включают в себя дистанционные способы передачи информации, максимально доступные аудитории (как в физическом смысле — т.е. насыщенная информационная инфраструктура, так и в финансовом — подходящая для населения и медиа стоимость информации); 2) информация адресуется большим массивам разрозненной и анонимной для источника аудитории; 3) система функционирует а) как промышленное производство; б) как корпоративное производство со своими социальными целями; в) как конвейерное производство с максимальным разделением труда; 4) источником информации для нее является не личность, а формальная организация со своими стандартами качества продукции и профессиональными требованиями к работникам (после этого положения Л.Н.Федотова попыталась с его помощью исключить Интернет из сферы массовой коммуникации. На наш взгляд, это не совсем корректно. И для традиционных медиа источником информации не обязательно является формальная организация, а Интернет-медиа прочно заняли свою нишу в перечне масс-медиа и идут дискуссии относительно принадлежности к масс-медиа отдельных их видов, например, блогов); 5) производство информации в системе сложно физиологически, что влияет на скорость выхода конечного продукта; 6) для аудитории масс-медиа характерна устойчивость, регулярность отношений с медиа; 7) взаимоотношения готового информационного продукта и потребителя подчиняются законам рынка [Федотова Л.Н., 2003: 32-34]. Не со всеми положениями этой теоретической модели можно безоговорочно согласиться, однако ее появление стало очередным взносом в теоретический дискурс о сущности масс-медиа со стороны московской школы, пожалуй, самой мощной школы изучения масс-медиа на территории бывшего Советского Союза.

Видный украинский исследователь Г.Г.Почепцов считает, что масс-медиа являются основными мифопорождающими машинами. В связи с этим, он выделяет несколько видов парадоксов: 1) парадокс селекции: масс-медиа совершают выбор событий, которые будут отображены, т.е. гейткиперы формируют порядок дня; 2) парадокс нормы: в медиа попадают, в основном, неординарные события в ущерб освещению ординарного; 3) парадокс взаимовлияния: не только реальный мир влияет на информационный, но и наоборот (эффект CNN и др.); 4) парадокс взаимозамены: медиатизация политики, выдвижение на первые роли лидеров потребления, а не лидеров производства и т.д.; 5) парадокс приоритета реагирования: удачное реагирование на чужие действия приносит больше очков, нежели собственные действия; 6) парадокс мифологической интерпретации: приоритет отдается событию, которое укладывается в определенную мифологическую схему, а то, что ей противоречит — встречает отпор; 7) парадокс несимметричности: имеется

в виду односторонний поток коммуникации от коммуникатора к аудитории [Почепцов Г.Г., 1998: 167-170].

Масс-медиа имеют множество заданий. Но главное из них, это передача смыслов. Медиа служат проводником между реципиентом и вне-медийной действительностью. Учитывая, что масс-медиа рассчитаны на гетерогенную аудиторию, людей имеющих различные знания, опыт, жизненные позиции, перед медиа стоит сложная задача. Иными словами, смыслы, передаваемые масс-медиа должны отражать стереотипы, которые как можно однозначнее воспринимаются различными индивидуумами. Достигается это только благодаря тому, что медиа сами являются творцами стереотипов. Естественно, в этом процессе неизбежны издержки. Таковыми являются то, что отраженная в масс-медиа действительность и смыслы, которые о ней передаются, не идентичны. Тут можно провести аналогию с курортом. То, что ты побывал на нем и увидел страну, в которой этот курорт находится, познакомился с людьми, которые оказались в круге твоего общения; далеко не означает, что ты узнал эту страну с точки зрения ее постоянных обитателей.

Как мы уже отмечали, среди современных исследователей коммуникационного процесса бурлят дискуссии относительно того, как лучше называть процесс массовой коммуникации: средства массовой информации, средства массовой коммуникации, средства массового влияния, масс-медиа, и тому подобное [Симкин Я.Р., 1981: 4-14].

Основанием для всех этих определений является желание объединить журналистику и ее средства общей дефиницией, которая бы направляла как практиков, так и исследователей масс-медиа, показывала бы общие ориентиры развития. Определение журналистики предусматривает объяснение ее сущности, то есть того, что ее объединяет при автономности отдельных каналов коммуникации.

Каждый из этих каналов диктует свои условия поиска, сбора, обработки, хранения и распространения информации. В настоящий момент актуальным стал вопрос не только поиска эффективных путей взаимодействия разных средств коммуникации, но и создания на теоретическом уровне целостной системы. Некоторое время господствовала мысль, что новейшие средства коммуникации вытеснят традиционные — прессу и кино. Но опасения оказались безосновательными.

Каждое средство коммуникации заняло свое место, свой сегмент информационного рынка.

Распространенной точкой зрения является то, что понятие «средства массовой коммуникации» шире, чем «средства массовой информации». Как актуальный этот вопрос проявился при обсуждении Заключительного доклада Международной комиссии ЮНЕСКО по вопросам изучения проблем коммуникации. Доклад, который за именем главы комиссии получил название «доклада Макбрайда», обобщил результаты исследований развития средств массовой коммуникации во всем мире. В выступлении советского представителя критиковались общие выводы комиссии в отрасли терминологии: «1. Термин «коммуникация» определен не точно, что привело к терминологическим искажениям в докладе. Термины «коммуникация и информация», «коммуникация и средства массовой информации» часто путаются. 2. Особое сожаление вызывает то, что из-за слишком общего определения термина «коммуникация»,



проблемы информации не были рассмотрены должным образом. Во многих случаях было бы неверным переводить на русский язык слово «коммуникация» иначе, как «информация». 3. Положение развивающихся стран искажено. Особенно явно это касается проблем суверенитета развивающихся стран в отраслях информации и культуры... 6. Вследствие этого, в своей терминологии и подходах Заключительный доклад ориентируется только на Запад» [ЮНЕСКО, 1980: 243].

Вообще-то термин «средства массовой информации и пропаганды» (СМИП) утвердился в СССР в 70-е гг. XX ст. и явился воплощением агитационно-пропагандистских задач. Однако, дискуссии вокруг этого термина, равно как и некоторых других, например, «массовая коммуникация», шли задолго до этого. Французский исследователь Ф.Терру после Второй мировой войны выдвинул термин «массовая информация», заменив им понятие «массовой коммуникации». В начале 50-х его идею подхватил другой французский ученый А.Сови. Хотя где-то в начале 60-х годов французская социология постепенно вернулась к понятию «коммуникация» [Терин В.П., 2000: 193-196].

Интересно обратить внимание на то, как разные исследователи подходят к определению этих терминов. Так, Ю.П.Буданцев считает, что информация включает в себя не только техническую сторону дела, но и естественный аспект [Буданцев Ю.П., 1986: 52-55]. А.П.Суханов также считает, что термин «средства массовой коммуникации» более широкий по содержанию и включает в себя совокупность людей и технических средств, которые способны создавать и передавать разного рода информацию (политическую, научную, познавательную, культурную) самым разнообразным аудиториям, которые находятся в самых разнообразных пространственно-временных и социально демографических условиях. А термин «средства массовой информации и пропаганды» имеет некоторое политическое и классовое содержание в отличие от объективистского подхода западных социологов [Суханов А.П., 1972: 12]. Думается, этот подход целиком понятен. Действительно, многих советских исследователей (за исключением, по-видимому, только Б.М.Фирсова) не удовлетворял объективистский подход в изучении явления массовой коммуникации. Время требовало идеологического подхода ко всем явлениям жизни, а тем более к такому важному инструменту влияния на сознание людей, как масс-медиа.

Такое положение сохранялось до распада СССР в 1991 г. После этого из аббревиатуры СМИП исчезла последняя буква. «Средства массовой информации» как дефиниция были как бы промежуточным звеном от «средства массовой информации и пропаганды» к «масс-медиа». В принципе, изменения носили значительный характер. С уничтожением компартии пресса приобрела независимость. Но, как оказалось, ненадолго. Неумение грамотно вести сложное медиа-хозяйство в рыночных условиях, сопряженное с трудностями «дикого капитализма», отсутствие навыков, а у многих и желания, работать «на себя и аудиторию» привели к быстрой потере независимости абсолютным большинством медиа бывшего Советского Союза.

Кстати, подобное положение характерно и для других постсоциалистических стран. Так, в польской науке использовались аналогичные

по содержанию термины: средства массовой коммуникации, средства массовой информации, пресса [Зиборовіч С., 2001: 10].

Сегодня терминологические дискуссии продолжаются. В.М.Владимиров, например, предлагает ввести термин «органы массового общения» [Владимиров В.М., 2006: 173-175]. С его точки зрения, дефиниция «средства массовой коммуникации» имеет объективный характер (приводится пример с другим средством — молотком), а «органы массового общения» — субъективный, который больше отвечает тенденциям развития медиа и сегодняшнему их состоянию.

Хотя в целом в научных дискуссиях вместо понятия «средство массовой информации» все чаще применяется «средство массовой коммуникации» и «масс-медиа». Некоторые исследователи обосновывают этот процесс изменениями в средствах доставки сообщений. Например, Е.Ю.Журавлева считает, что средства массовой коммуникации в отличие от средств массовой информации включают кроме традиционных медиа еще и «компьютерные системы передачи массовой информации по телекоммуникационным сетям» [Журавлева Е.Ю., 2002: 87].

Украинская исследовательница Е.Д.Кузнецова считает, что понятие «средства массовой коммуникации» намного шире, нежели «средства массовой информации». К СМИ она относит прессу, радио и телевидение, а к СМК также естественные средства коммуникации — различные знаки, ритуалы, обряды, собрания и т.д. [Кузнецова О.Д., 2005: 4]. Кроме того, она вводит понятие систем средств массовой коммуникации (ССМК), которое определяет как «совокупность естественных и технических средств массового общения, которые фиксируют, передают, принимают информацию через знаковые системы, находятся у взаимоотношениях и взаимосвязях друг с другом и образуют определенную целостность» [Кузнецова О.Д., 1996: 32]. ССМК разделяется на два класса: естественные и технические, в зависимости от типа знаковых систем. К естественным ССМК исследовательница относит знаки (субъективные и вещественные) и собрания (статистические и динамические), к техническим — книгу (изобразительные и текстовые) и фильм (звуковые и аудиовизуальные) [Кузнецова О.Д., 2005: 33-36].

Некоторые авторы производят еще более детальную градацию. Например, В.Б.Кашкин считает, что «коммуникационные средства объединяют различные формы коммуникации, зачастую используя некоторую технологию для заполнения временного и пространственного расстояния между отправителем и получателем сообщения (например, книга: слова, шрифты, картинки, графика). Средства массовой коммуникации (СМК) также могут включать различные формы коммуникации. Так, телевидение и кино использует слова устного языка, картинки, музыку; газета — слова письменного языка, шрифты, иллюстрации и т.п. Технические средства в массовой коммуникации включают средства массовой информации (СМИ: пресса, радио, телевидение, интернет), средства массового воздействия (СМВ: театр, кино, цирк, зрелища, литература) и собственно технические средства (почта, телефон, телефакс, модем). Массовой коммуникации, особенно в современную эпоху, свойственна многоканальность: используются визуальный, аудитивный, аудитивно-визуальный канал, устная или письменная форма коммуникации и т.п. Появилась техническая возможность двунаправленной

коммуникации, как открытой (интерактивность), так и скрытой (реакция слушателя или зрителя, поведение), взаимного приспособления отправителя и получателей. Поскольку и выбор каналов, и приспособление осуществляются под влиянием общества и групп получателей, иногда говорят: СМИ — это мы сами» [Кашкин В.Б., 2000]. При этом российский исследователь опирается на взгляды Г.М.МакЛюэна и У.Эко о том, что средства коммуникации определяют не только условия «транспортировки» сообщения», но и его смысл. Особенно роль этого положения возрастает в эпоху индустриализации средств коммуникации.

Российский ученый Е.В.Ахмадулин разделял понятия «масс-медиа», «средства массовой информации» и «средства массовой коммуникации». Под масс-медиа он понимает «комплекс различных средств, используемых для доставки информации массовой аудитории. В перечень этих средств, помимо традиционных СМИ, входят книги, брошюры, кино, видеокассета, диски и др.», под средствами массовой информации — «специализированные носители массовой информации (газеты, журналы, программы радио, телевидения и др.), предназначенные для распространения социально значимой информации неопределенной массовой аудитории на широком информационном пространстве», а средства массовой коммуникации «включают в себя весь производственно-распространительный комплекс системы массовой коммуникации: коммуникатора как инициатора массового социального общения с аудиторией и внутри нее, носители и каналы массовой информации (СМИ) и саму массовую информацию как средство общения» [Ахмадулин Е.В., 2006: 241, 244].

Другой российский исследователь С.В.Бориснёв выделял способы коммуникации, к которым относил «виды, уровни, средства и каналы коммуникации, обеспечивающие передачу и восприятие информации и социально значимой оценки». Он различал вербальную и невербальную коммуникацию. Кроме того, выделял такие уровни коммуникативных систем: семиотический, лингвистический, металингвистический, паралингвистический и синтетический. Как средства, обеспечивающие коммуникацию, С.В.Бориснёв называл средства массовой информации (периодическая печать, радио, телевидение и Интернет), средства массового воздействия (кино, театр, цирк, все зрелищные представления, художественная литература), собственно технические средства (телефон, телетайп, телеграф и т.п.). Причем СМИ употреблялись как синоним масс-медиа и определялись как социальные институты, обеспечивающие сбор, обработку и распространение информации в массовом масштабе [Бориснёв С.В., 2003: 263].

Украинский ученый В.В.Ризун, различая СМИ и СМК, считал, что «СМИ — это такой СМК, которое изготовлено по определенной технологии в редакционном коллективе как самостоятельное средство перенесения информации в печатной либо в аудиовизуальной форме и связанный с деятельностью журналистов и журналистикой как сферой продуцирования массовоинформационных продуктов. Под СМК (mass media) понимается любое средство для обеспечения массового общения, в том числе и СМИ» [Ризун В.В., 2003: 27]. Масс-медиа в свою очередь делятся на печатные, аудиовизуальные, электронные [Ризун В.В. Теорія...].

А.А.Князев, как и ряд других исследователей, считал термины «масс-медиа» и «средства массовой информации» синонимами. В своем «Энциклопедическом словаре СМИ» он ввел оба понятия. Но термин «масс-медиа» расшифровывался при помощи экскурса в историю американской коммуникативистики, а «средства массовой информации» — простого перечисления того, что по мнению автора к ним относится [Князев А. А., 2002].

А.Н.Шеремет считал, что функция воздействия на аудиторию принадлежит не информации, а коммуникации как социальному процессу, и поэтому корректнее использовать термин «средства массовой коммуникации» или «массовые коммуникации». Термин же «средства массовой информации» характеризуют процесс со стороны явления, а не сущности [Шеремет А.Н., 2003: 25]. Но и эти рассуждения не дают ответ на вопрос, зачем надо искать синоним к термину «масс-медиа».

Близким к этому есть мнение, что средства массовой коммуникации — это «пресса, радио, телевидение, то есть средства трансляции и распространения среди людей сообщений (информации) с помощью языка и других знаков» [Соціологія, 2005: 247].

Авторы «Этики СМИ» считают, что понятие «средства массовой информации» стало повседневным, однако четко сформулировать его стало сложнее. Это, по их мнению, закономерное следствие популярности [Этика..., 2003: 11].

При этимологическом анализе ясно, что медиа (от лат. *medium*) означает средний, т.е. передаточное звено, посредник.

Наше время стало эпохой бурного развития медиа-средств. По У.Эко для этого необходимы такие условия: общество индустриального типа, внешне сбалансированное, но на деле насыщенное различиями и контрастами; каналы коммуникации, обеспечивающее ее получение не определенными группами, но неопределенным кругом адресатов, занимающих разное общественное положение; группы производителей, вырабатывающих и выпускающих сообщения промышленным способом [Эко У., 1998: 407-409; по Кашкин В.Б., 2000].

Выделяются несколько типов употребления понятия медиа: а) неисторический, технико-кибернетический (например, в теории связи); б) исторический (например, в культурологии); в) трансцендентированный (например, религия); г) инструментальный (например, педагогика, психология); д) теоретический (например, философия) [Этика..., 2003: 13].

## Структура масс-медиа

Бурное развитие масс-медиа было вызвано не только экономическими, но и социальными последствиями, такими как увеличение количества накопленной обществом информации, укрепление экономических и культурных связей между народами, рост уровня образования населения, уменьшение роли традиций в обществе, ослабление религиозных и других традиций [Иосифян С.А., 1975: 3].

Масс-медиа, как правило, считают кино, радио, телевидение, прессу. Позже к масс-медиа добавились Интернет-медиа.

Некоторые авторы без достаточных на то оснований добавляют к ним также рекламу, моду, дизайн, народные праздники, художественную самодеятельность, цирк, эстраду [Борев В.Ю., Коваленко А.В., 1986: 21], библиотеки, музеи, наглядную агитацию, театр, митинги, собрания, церковные службы, карнавалы, демонстрации, обрядовые действия [Пряхин М.Н., 1984: 74], кинематограф, книги, шоу-бизнес [Зверинцев А.Б., 1997: 14; по Шеремет А.Н., 2003: 30]. Откровенно говоря, мотивы, по которым эти авторы формируют список масс-медиа, не совсем понятны. Российская исследовательница Е.А.Иванова отнесла к массовым коммуникациям «журналистику с ее разными видами и направлениями; связи с общественностью (PR); рекламу; кинематограф; шоу-бизнес» [Иванова Е.А., 2005: 84]. Думается, это не совсем верно, т.к. происходит смешение разноплановых процессов, институтов, служб.

Культурологи подходят к классификации масс-медиа по-особому.

Во-первых, выделяются вербальные и невербальные средства, во-вторых, если относить к масс-медиа кино, телевидение, прессу и радио, то два первых следует отнести к аудиовизуальным, пресса — вербально-визуальная, радио — аудио-вербальное средство. При этом вопрос о массовых коммуникациях включает в себя проблему коммуникации культур и проблему культуры как коммуникации. Относительно проблемы коммуникации культур, то здесь следует выделить два момента. Во-первых, язык может идти о механизмах коммуникации культур, например, Запада и Востока.

Во-вторых, механизм перекодировки, переосмысления культуры прошлого в современности и в будущем. Исследование культуры как коммуникации, анализ основных форм, в которых осуществляется механизм трансляции культуры от поколения к поколению, предусматривает анализ современных масс-медиа в широком контексте предыдущих коммуникативных средств [Борев В.Ю., Коваленко А.В., 1986: 21-23].

В социологии интересное деление стадий информационного процесса предложил профессор Б.А.Грушин [Грушин Б.А., 1979: 13-36]. Он считал, что на первой из них нужно выдвинуть, сформулировать, сконструировать цель деятельности. Занимается этим коммуникатор в широком значении слова, то есть издатель, редактор, отдельные журналисты.

На второй стадии собственно и происходит производство информации, создание разнообразных сообщений, текстов. Такая деятельность включает в себя производство, выбор предмета сообщения, определение его содержания, избрание формы подачи информации, реализацию содержания в той или иной знаковой системе, то есть конструирование текста и тому подобное.

Третья стадия — размножение и передача сообщений, передача информации аудитории. Главные элементы этой деятельности: избрание адреса сообщения, определения места сообщений среди других материалов, обеспечения надежного функционирования технических средств изготовления и распространения массовой коммуникации.

Четвертая стадия касается собственно эффективности переданных сообщений, то есть того, к каким сдвигам общественного мнения привела деятельность коммуникатора. Вряд ли можно выделить эти стадии

в чистом виде, но в целом процесс изготовления и распространения информации идет именно таким образом.

Если же подойти к структурированию масс-медиа, исходя прежде всего не из процесса получения, обработки и распространения информации, а из тех средств, которыми пользуются в этом процессе, то нужно отметить постоянный прогресс техники сбора, обработки, и передачи сообщений. Конечно, это связано с научно-технической революцией и, прежде всего, с прогрессом в отрасли компьютерных технологий. Наиболее этот прогресс касается телевизионной техники. Это и создание многочисленных домашних видеосистем, что в принципе дает возможность отнести к масс-медиа видео, и работа искусственных спутников, которые обслуживают телевидение, и цифровая обработка видеоизображения, которая позволяет существенно улучшить его качество, и успехи кабельного телевидения, в частности оптическое-волоконная технология, и многое другое. Общая тенденция научно-технического прогресса в отраслях масс-медиа свидетельствует о том, что в ближайшем будущем компьютерные технологии войдут в еще больший контакт со всеми масс-медиа.

Научно-техническая революция значительно повлияла не только на развитие техники, но и на структуру языкового потока. Как считает Ю.В.Рожественский, она привела к развитию нового рода вещания — синтезу массовой информации и информатики массовой коммуникации [Рожественский Ю.В., 1973: 290-296; Рожественский Ю.В., 1975: 119-136]. Понятие рода вещания определяется им через фактуру языка — материалы языка и средства к ним.

Существует четыре основных рода фактуры языка: устное вещание, письменное вещание, прессовое вещание и вещание массовой коммуникации.

Особенную важность имеет вопрос о структуре коммуникационного потока. На первый взгляд, это вопрос чрезвычайно простой: коммуникатор — сообщение — аудитория. Но именно он до сих пор еще окончательно не решен. Многие ученые придерживаются функционалистской парадигмы Г.Д.Лассуэлла, его коммуникационной цепочки: говорит кто? (коммуникатор), говорит что? (содержание сообщения), как говорит? (канал передачи информации), кому говорит? (аудитория), с каким эффектом? (эффективность коммуникационной деятельности).

Другую систему коммуникации предлагают американские ученые С.Чейс, К.Шеннон, У.Уивер. Эта система начинается с источника информации. Информация принимается организмом, который в состоянии ее закодировать в виде слов, букв, условных обозначений и тому подобное.

Образованный таким образом сигнал поступает в механизм, причем отчасти с побочным «паразитирующим сигналом». Принимающий механизм переделывает сигнал на сообщение, которое и воспринимает получатель информации. Такая схема, по мнению ее авторов, является универсальной и может объяснить процесс коммуникации с использованием технических средств. Авторы этой схемы считают, что источником информации является мозг коммуникатора, который генерирует сообщение для аудитории. Последним узлом системы является мозг ком-

муниканта, где закодированная информация принимает форму сообщения, будет раскодирована.

Такая схема коммуникационного потока может быть принята только условно, потому что она значительно упрощает сложный процесс коммуникации. В модифицированной схеме коммуникационного потока К.Шеннон и У.Уивер считают, что источником информации является источник сигнала, то есть они объединяют источник информации и коммуникатора в одно звено системы. Они также добавляют, что сигнал и является сообщением [Воронцов Ю.В., 1975: 22-35].

Были свои концепции относительно схемы коммуникационного потока и у советских ученых. Так, В.Артемов дает такую схему коммуникационного потока: источник информации — сообщение, которое посылается, — приемник — канал связи — громкоговоритель — сообщение, которое получается, — поступок.

Как мы видим, автор разбивает процесс передачи сообщения на три звена, а в конце вводит еще одно звено — поступок [Артемов В., 1966: 48]. Вряд ли это является целесообразным, потому что далеко не каждое сообщение ведет к конкретной реакции со стороны индивида. Следовательно, такая схема может вывести из сферы масс-медиа большинство сообщений.

Другой российский ученый Ю.В.Воронцов предложил схему коммуникационного потока с такими основными компонентами: источник информации — коммуникатор — сообщение (сигнал) — коммуникант (получатель сообщения) — канал коммуникации (масс-медиа) — экстралингвистическая оболочка (параметр) сообщения. В некоторых случаях, по мнению исследователя, к таким компонентам следует также отнести источники помех (механических и семантических), фильтры (личностные и социальные), поля (коммуникационные и семантические), потерю информации, обратную связь.

В этой схеме источником информации является или социальный институт (источник направленной коммуникации), или какое-то событие, факт (источник ненаправленной коммуникации). Качественный аспект содержания коммуникации сводится к организации знаков в сообщении таким образом, чтобы сообщение вызывало оценочную реакцию коммуниканта в соответствии с установками коммуникатора. Количественный аспект дает возможность определить наиболее рациональное построение предложения и газетной полосы, рекламы и телевизионной программы. Он включает соотношение количества знаковых символов и общего объема сообщения [Воронцов Ю.В., 1975: 22-35].

Откровенно говоря, вряд ли можно согласиться с этим мнением. Важность общей схемы заключается в ее универсальности. То есть в этой схеме должны быть все важнейшие моменты процесса массовой коммуникации. На наш взгляд, больше всего этого требования придерживался в своей коммуникационной цепочке Г.Д.Лассуэлл. Конечно, можно совершенствовать эту схему (кстати, это пробовал сделать и сам Г.Д.Лассуэлл), но введение многочисленных более частных составляющих мешает универсализации. Основные звенья, которые есть в схеме Г.Д.Лассуэлла, достаточно полно и масштабно представляют коммуникационный поток и не требуют в ближайшее время усовершенствования этой парадигмы.

Некоторые зарубежные исследователи считают универсальным средством массовой информации естественный язык. Они аргументируют это тем, что он является семиотической полной системой. Это значит, что он, во-первых, эффективный как средство, которое выполняет сигнификативную функцию, то есть с его помощью можно обозначить в принципе любой факт реального и даже нереального характера, во-вторых, он воспроизводит потенциально все реальное бытие, которое приобретает форму семантического разнообразия информации, в-третьих, типам семантического разнообразия отвечают определенные синтаксические уровни связи языковых элементов, в-четвертых, поиск информации осуществляется не столько на основании трансформации выражений на синтаксическом уровне, сколько на основании передвижения синтаксических, а в связи с этим и семантических уровней в процессе функционирования естественного языка как динамической информационной системы [Дянков Б., 1973: 55-66]. Думается, что эти доводы не дают оснований считать естественный язык отдельным масс-медиа. Конечно, естественный язык играет важную роль в процессе коммуникации, особенно межличностной, но если считать его средством массовой коммуникации, то не следует забывать и об образных элементах, видеоряде на телевидении, художественных шумах на радио и т.п.

Действительно, аудиовизуальные средства массовой коммуникации можно определить, как «средства, которые используют новейшую технику консервирования и передачи информации..., а также синтезирующие слуховые и зрительные каналы информации» [Борев В.Ю., 1976: 13] и здесь нельзя согласиться с исключительной ролью только естественного человеческого языка.

Украинские ученые О.Зернецкая и П.Зернецкий определяли структуру масс-медиа таким образом: традиционные медиа, к которым в конце XX в. были добавлены видео, факс, новые виды телевидения (кабельное, спутниковое, цифровое, интерактивное), электронная почта, Интернет большое количество интерактивных услуг к нему [Зернецка О., Зернецкий П., 2003: 101]. В принципе, с этой позицией можно согласиться, исключая, конечно, факс, который, как и телефонная связь в целом предназначен для межличностного общения и не может осуществлять одновременную передачу информации на большую, гетерогенную и расположенную в разных местах аудиторию.

Новые интерактивные коммуникации привлекают постоянное внимание исследователей. Они позволяют большому числу пользователей фактически одновременно получать доступ к информации. Удешевление Интернета и средств подключения к нему сделало новые медиа очень популярными и доступными. При этом снижается опасность концентрации информационного производства, т.к. вкладывать в создание Интернет-изданий, радио- и телевидение в сети нужно намного меньше, чем в их неvirtуальных аналогах. Новые виды журналистики (например, блогерская журналистика), большие возможности обратной связи делают новые коммуникации намного более демократичными, нежели традиционные медиа (хотя, конечно, тут порождается множество проблем с достоверностью, ангажированностью, ответственностью за подобную информацию). Кроме того, новые медиа крайне привлекательны



за счет высокого уровня оперативности. П.Бардин различает две подсистемы массовой коммуникации, которые связаны различными носителями информации: физическим телом и сигналом (хотя стоит отметить, что сигнал также является физическим носителем информации). Он выделяет тиражный этап развития медиа, связанный только с физическим телом (книга, кинематограф, фотография); системный и трансляционный, связанный с появлением сигнала (пресса, радио, телевидение) и синтетический этап (видео, кабельное и спутниковое телевидение, компьютерные сети) [Бардин П.].

Часть исследователей, в том числе и западных, считают, что Интернет нельзя относить к масс-медиа. Например, немецкий ученый Ю.Вильке писал, что «Интернет часто ошибочно называют медиа. Правильнее говорить «коммуникационное пространство», так как Интернет дает возможности для абсолютно различных форм коммуникации. И только определенная их часть выполняет функции обычных медиа. Другая часть служит непосредственной коммуникации между людьми, а также для сбора и обработки информации» [Публицистика, 2007: 454]. При этом подчеркивается не только мультимедийность, а и возможности постоянного обновления содержания в Интернете. Важные дополнительные возможности предоставляют банки данных в Интернете (хотя тут опять-таки важную роль играет проблема достоверности информации). Противоположной точки зрения на определение принадлежности Интернета придерживается российский ученый А.Н.Шеремет, который попробовал теоретически доказать правомерность отнесения Интернета к числу масс-медиа и определяет его как «глобальную социально-коммуникационную сеть, предназначенную для удовлетворения информационно-коммуникационных потребностей индивидов и групп посредством использования телекоммуникационных технологий» [Шеремет А.Н., 2004: 15]. Несмотря на категоричность обоих авторов, различия между их взглядами несущественны. Интернет действительно является коммуникационным пространством, однако общедоступные сайты можно отнести к масс-медиа, так как они отвечают всем необходимым условиям. Кстати, и сам А.Н.Шеремет отмечал, что «к числу средств массовой коммуникации относится та часть сети Интернет, посредством которой происходит сбор, обработка и распространение массовой оперативной информации» [Шеремет А.Н., 2003: 11]. А.Н.Шеремет попробовал взять характеристики теоретической модели масс-медиа (источником была избрана Л.Н.Федотова [Федотова Л.Н., 2003: 32-34]) и посмотреть, подходит ли Интернет под эти определения. Из этого анализа он делает вывод, что масс-медиа является не весь Интернет как целостное социокультурное явление, а определенные его ресурсы, которые предоставляют массовой аудитории оперативную информацию [Шеремет А.Н., 2003: 66-72]. При этом все равно остается невыясненным вопрос какие критерии определения массовости аудитории и оперативности информации.

А.В.Соколов выделил сущностные функции сети Интернет: «Интернет — глобальный коммуникационный канал, обеспечивающий во всемирном масштабе передачу мультимедийных сообщений (коммуникационно-пространственная функция); Интернет — общедоступное хранилище информации, всемирная библиотека, архив, инфор-

мационное агентство (коммуникационно-временная функция); Интернет — вспомогательное средство социализации и самореализации личности и социальной группы путем общения с заинтересованными партнерами, всепланетный клуб деловых и досуговых партнеров». Исходя из этого, он делает вывод: «Интернет — глобальная социально-коммуникационная компьютерная сеть, предназначенная для удовлетворения личностных и групповых коммуникационных потребностей за счет использования телекоммуникационных технологий» [Соколов А.В.]

## Значение масс-медиа

О значении масс-медиа коротко и сильно сказал известный немецкий философ Н.Луман в первых строках своей книги «Реальность массмедиа»: «То, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы знаем благодаря масс-медиа. Данное утверждение справедливо не только в отношении нашего знания об обществе и истории, но и в отношении познания природы». Но, естественно, это не означает, что человек должен занимать пассивную позицию относительно медиа. Поэтому философ продолжает: «Мы так много знаем о масс-медиа, что не можем доверять им. Защищаясь, мы обвиняем их в манипуляции, однако это обвинение не влечет за собой значимых последствий, поскольку знание, заимствованное у масс-медиа, словно само по себе образует закрытую, саму себя подпирающую структуру. Подобное знание мы характеризуем как сомнительное и всё-таки вынуждены на нем основываться и из него исходить. Решение этой проблемы не может состоять в обнаружении некоего тайного кукловода на заднем плане, как это практиковалось в романах ужасов XVIII столетия, — как бы ни хотели в это верить даже социологи. Согласно тезису, который должен получить дальнейшую разработку, мы имеем дело с одним из следствий функциональной дифференциации современного общества» [Луман Н., 2005: 8].

Действительно, с одной стороны, масс-медиа активно влияют на то, что мы знаем (и не знаем) об окружающем мире (например, «эффект CNN»). С другой, человек — существо обучаемое. После первого периода слепой веры в медиа (теория пули), он выработал критическое отношение к ним. Часто общество как бы пропускает мимо себя информацию, которая имеет с точки зрения медиа сенсационный характер. Сам Н.Луман вспоминал о случае Рикуперо. Имеется в виду министр финансов бразильского правительства Рубенс Рикуперо. 3 октября 1994 г. в Бразилии должны были состояться выборы. За три месяца до этого правительство ввело твердую валюту и предприняло ряд других мер по обузданию инфляции. По уверению правительства, это было сделано не под выборы, а вследствие плановой работы по оздоровлению экономики. Однако за месяц до выборов один из бразильских каналов при помощи специальных антенн перехватил разговор министра финансов с его кузеном (кстати, журналистом) и стал передавать его в прямой эфир. В ходе этого разговора министр однозначно дал понять, что публичное представление программы правительства не соответствовало его

действительным намерениям. Разразился большой скандал, который не сходил со страниц бразильских медиа и с телеэкранов длительное время. Среагировали бизнесмены (через курс на бирже), политики, медиа, все, кроме одного участника политического процесса — электората. Отрыв президента Бразилии Ф.Э.Кардозо от противника сохранился, и он уже в первом туре был избран президентом на новый срок [Луман Н., 2005: 70-72].

К этому парадоксу примыкает феномен рекламы, который Н.Луман назвал самым загадочным в сфере масс-медиа. Он задает риторический вопрос: «Как состоятельные члены общества могут быть глупы настолько, чтобы расходовать немало денег на рекламу для подтверждения своей веры в глупость других?», и продолжает: «Реклама пытается манипулировать, она работает неискренне и предполагает, что это предполагают» [Луман Н., 2005: 73]. При этом реклама не скрывает своих мотивов, но скрывает и оттачивает методы, которыми пользуется для влияния на потребителя. Задача состоит в том, чтобы обойти когнитивную сферу человека. По мнению Н.Лумана, реклама использует для этого краткость обращения, выразительность, быструю смену тем и образов [Луман Н., 2005: 73-74].

Современная эпоха усиливает влияние масс-медиа. Интенсификация жизни, в том числе информационных потоков, приводит к тому, что человек вынужден полагаться на чужие впечатления, чтобы делать выводы, принимать решения или просто иметь представление о чем-либо. Часть исследователей делает из этого вывод о всеисильности медиа. Например, Н.И.Зражевская считает, что «масс-медиа, особенно телевидение, как главный артефакт постиндустриального общества и эпохи постмодерна, сегодня представляет собой не просто средство передачи информации, не просто инструмент моделирования действительности, а и инструмент моделирования психики человека» [Зражевська Н.І. Засоби..., 2006: 23]. При этом ряд ученых делает выводы о губительном влиянии массовой культуры на общую культуру человека.

Известный канадский социолог Г.М.МакЛьюэн, иллюстрируя значение масс-медиа, описывал случай, когда Ламартин в 1831 г. отказался писать в один из французских журналов. При этом он сказал издателю: «Не надо видеть в моем отказе высокомерное презрение к тому, что называют журналистикой. Я далек от этого; мне слишком близко знакома моя эпоха, чтобы я мог бы столь нелепым, абсурдным способом относиться к периодической печати. Я вполне отчетливо представляю себе ту работу, выполнять которую поручило ей Провидение. Еще до того, как пройдет это столетие, журналистика охватит всю печатную продукцию, всю человеческую мысль. Благодаря чудесной способности размножаться, которой искусство снабдило речь, — а эта способность будет еще усилена тысячекратно, — человечество станет писать свои книги ежедневно, ежечасно, выдавая страницу за страницей. От полюса до полюса мысль будет распространяться со скоростью света, мгновенно постигнутая, мгновенно записанная, мгновенно понятая на всех концах света. Внезапно появляющаяся и мгновенно действующая, несущее в себе горение души, ее породившее, она будет представлять собой царство человеческой души во всем своем изобилии. У нее не будет времени развиваться настолько, чтобы воплотиться в книгу; книга

будет слишком запаздывать. Единственная книга, возможная с сегодняшнего дня, — это газета» [McLuhan M., 1976]. Ламартин достаточно точно (как позже и сам МакЛюэн) предвидел развитие масс-медиа и то место, которое они займут в социуме. Но газеты были только первым звеном. Позже средства коммуникации совершали одну информационную революцию за другой. Г.М.МакЛюэн писал: «Если телеграф и телефон осуществили революцию в схемах построения информации и стихотворной, и журналистской речи, то приход телевидения может вывести нас вообще за пределы речи... Ксерокс появляется, завершая цикл Гуттенберга тем, что закручивает его в противоположную сторону; если Гуттенберг каждого делал читателем, то ксерокс делает каждого издателем... При мгновенных скоростях... публика начинает непосредственно участвовать в таких действиях, о которых раньше она только слышала, находясь от них на большом удалении в пространстве и времени» [McLuhan M., 1976]. Технические средства, действительно, «сжали» время и пространство, позволив масс-медиа включить аудиторию в события не только прошлого, но и настоящего, сделав иллюзию реального присутствия людей в разных точках при различных событиях.

Но далеко не все ученые придерживаются мнения о всеисии масс-медиа. Группа исследователей во главе с П.Лазарсфельдом выдвинуло теорию двухступенчатого потока коммуникации, которая снижала значение собственно масс-медиа в пользу лидеров мнений. Затем было много других исследований. Дойчман и Дениэлсон провели в 1960 г. исследование распространения трех сообщений («Апоплексический удар президента Эйзенхауэра», «Запуск спутника «Эксплорер — 1» и «Аляска становится федеральным Штатом»). Они не нашли весомых доказательств теории П.Лазарсфельда. Большинство респондентов узнали о событиях через масс-медиа, и только около 10 % от других людей. Правда, проведенное в 1964 г. исследование Хилла и Бонжеяна о том, как распространялась новость о покушении на президента Кеннеди, засвидетельствовало, что при увеличении новостного значения сообщения, увеличивает количество людей (в данном случае, 50 %), которые получили его через межличностный контакт. Исследование 1990 г. Майера и др. о распространении сообщение об аварии «Челленджера» подтвердило это выводы. И тут 50 % респондентов узнали о катастрофе от других людей, а не от медиа. Таким образом, ученые сходятся на том, что при увеличении актуальности сообщения (его новостной ценности) увеличивается число людей, которые получают его через межличностное общение. Лидеры же мнений играют особую роль при выработке позиции, формировании суждений. Их роль возрастает, если идеи, которые распространяют медиа, входят в конфликт с уже имеющимися установками [Публіцистика, 2007].

Однако медиа реализует не только информационную функцию. В наше время на первый план выходит рекреационная составляющая. Выдающийся французский философ Ж.Бодрийяр писал, что телевидение «оказывается подлинным пространством обитания, которое воспринимается как приемник и распределитель, как пространство восприятия и операций, контролирующей экран и терминал, который как таковой может быть наделен телематической властью, то есть способностью регулировать что угодно на расстоянии, включая работу по

дому и, конечно, потребление, игру, социальные отношения и досуг. Симуляторы досуга и отпусков на дому — подобно летным симуляторам пилотов — стали доступны» [Baudrillard J., 1983: 128]. Подобные явления, конечно, несут не только позитивные, а и негативные последствия для человеческого общества.

Еще одно негативное последствие отмечал другой французский философ Ж.Делёз. Он допускал, что журналисты несут часть ответственности за кризис литературы. Речь идет о том, что журналисты привносят в литературу простую регистрацию событий, которая заменяет отчет о действиях, переживаниях, намерениях [Делёз Ж., 2004: 170]. Ни телевидение, ни Интернет, естественно, не смогут заменить художественной литературы. К сожалению, с развитием масс-медиа намечается определенное обеднение духовной сферы человека.

С другой стороны, проблемы возникают также из-за изменения направленности медиа. Они становятся более сенсационными и направленными на развлечение. Информация часто подается только через и для развлечения (инфотеймент). Еще одной опасностью является коммерциализация медиа.

Украинский исследователь Т.Я.Лыльо отмечает также опасность, когда индивид попадает в ловушку новой идентичности — homo videns (человек изображения) — для которого не существует того, что она не видела. Такой человек идентифицирует себя в рамках событий и ценностей местной идентичности, построенной из визуальных фрагментов. Это может привести к провинциализму медиа. Кроме того, происходит прагматизация медиа-материалов. Все это приводит к тому, что аудитория становится пассивным потребителем медиа [Лыльо Т.Я. Глобалізація комунікаційного..., 2001].

Способность телевидения отображать события в режиме реального времени может привести не только к «эффекту CNN» и медиализации политики, когда событие происходит только, если о нем показали по телевидению, и специально режиссируется таким образом, чтобы попасть в новости с наилучшей точки зрения. Последствием может стать виртуализация реальной жизни, когда реальные события и поступки соотносятся со стандартами из виртуальной области, медиа-области. Люди стали соотносить свою жизнь с тем, что является нормальным с точки зрения медиа.

Фактически эти угрозы привели к определенным самоограничениям масс-медиа. Имеются в виду общепризнанные стандарты точности, сбалансированности, проверки фактов, права на ответ, невмешательства в личную жизнь и защиты чести и достоинства, многие другие.

Таким образом, масс-медиа являются величайшим завоеванием и в то же время угрозой социума. Человечество так и не выяснило, что это, «колдун», создающий реальность на наших глазах, или «монстр», формирующий «одномерного» человека с неприятным вкусом и сознанием, насыщенным штампами и стереотипами», по меткому выражению Н.В.Костенко [Соціологія, 2005: 218]. Одно остается фактом: масс-медиа являются реальностью и постоянно развиваются, становясь все более эффективными и все больше влияя на индивидуальное сознание и жизнь общества.

В коммуникативистике принято связывать основные периоды в развитии человечества с историей способов коммуникации. То есть выделяется развитие языка, письменность, печать, телеграф, кинематограф, радиовещание, телевидение, Интернет. Конечно же, обоснования такой периодизации не так глубоко развиты и проанализированы, как, к примеру, градация истории человечества в соответствии с развитием производительных сил и производственных отношений у К.Маркса и Ф.Энгельса. Но, без сомнения, коммуникативистский подход к истории человечества также заслуживает внимания и будет развиваться.

Сегодня уже не вызывает сомнения положение о том, что медиа, особенно телевидение, оказывают влияние на формирование стереотипов у постоянных зрителей (их называют тяжелыми зрителями, они проводят у телевизора по 4-5 часов в сутки). Основной поток (мейн-стрим) коммуникации содержит повторяющиеся сюжеты, символы и формирует определенные подходы к жизненным ситуациям. При этом тяжелые зрители также объединяются в один поток, что создает эффект резонанса, который усиливает влияние медиа на аудиторию [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 156].

Естественно, при таком большом влиянии возникает тема ответственности масс-медиа за свою информацию. При этом тема ответственности входит в определенный конфликт с либертарианской теорией медиа. Выход одни исследователи (например, У.Шрамм) видят в социальной ответственности масс-медиа, за которую отвечает власть, сами медиа и аудитория [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 156-7]. Фактически такие подходы поощряют самоцензуру журналистов в интересах читателей и общества. При этом, конечно, встает проблема понимания этих интересов. Все равно часть представителей медиа (на практике, гейткиперы) присваивают себе право определять, что нужно и полезно аудитории, а что нет. Таким образом, социальная ответственность медиа приводит к ограничению свободы информации, содействуя консервативным традициям в медиа и обществе. Этому содействует патерналистская позиция государства во многих странах. При этом государство предоставляет медиа определенные льготы (скажем, на дистрибуцию), однако сохраняет часть контроля над содержанием (чаще всего, без предварительной цензуры). При этом государство через своих представителей содействует появлению тех материалов, которые содействуют согласию в обществе. Таким образом, государство имеет возможность опосредствовано влиять на содержание масс-медиа.

Однако свой авторитет медиа заслуживают прежде всего за счет программ, которые, не ориентируясь на признанные стереотипы, резко критикуют и вскрывают недостатки в общественной жизни и в системе власти. Подобные материалы вызывают резкое недовольство представителей власти. Т.Рузвельт в свое время назвал журналистов, расследующих злоупотребления, пренебрежительно и зло — разгребатели грязи (макрейкеры), Г.Шмидт называл их уличными разбойниками, Г.Коль сравнивал газеты, которые ему не нравились, с системой канализации в Гамбурге, О.Лафонтен говорил о свинской журналистике, а О. фон Бисмарк вообще считал, что работники газет — это люди, которые ошиблись в выборе профессии. Но при этом политики стремятся активно сотрудничать с медиа. О. фон Бисмарк по несколько раз в неделю при-

глашал журналистов для интервью до самой своей смерти, а Г.Шмидт стал одним из издателей газеты «Die Zeit». Считается, что именно расследовательская журналистка способна выполнить одну из основных задач медиа: функцию «сторожевого пса», надсмотрщика за властью.

Хотя не стоит преувеличивать расследовательские возможности современной журналистики. В основном, политики нашли способы «приручения» медиа и отдельных журналистов. Приходится согласиться с мнением З.Вайшенберга о том, что «синяки, которые получают представители власти от журналистов, это скорее всего синяки от слишком сильных объятий, а не от кулачных ударов» [Вайшенберг З., 2001: 212], и о том, что масс-медиа «превратились из сторожевой собаки в домашнюю болонку» [Вайшенберг З., 2001: 220].

Тем же, кто продолжает традиции макрейкеров, приходится преодолевать не только сопротивление власти, но и зависимость медиа от крупных поставщиков рекламы (сейчас это гораздо большая угроза, нежели прямое вмешательство государства) и безразличие значительной части аудитории.

Сторонники теории социальной ответственности выдвигают как альтернативу концепцию третьей стороны. То есть, по их мнению, в условиях любого общественного конфликта, медиа должны выступать как третья сторона и своей сбалансированной информацией помогать достигать общественного консенсуса [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 212]. При этом особо подчеркивается, что медиа не должны быть «действующим лицом» конфликтов, то есть прямо поддерживать одну из его сторон.

В связи с большим влиянием масс-медиа особое внимание уделяется независимости деятельности органов печати, радио и телевидения. ЮНЕСКО считает независимой прессу, не зависящую ни от государства, ни от финансово-политических группировок. Такая пресса свободно от внешних влияний анализирует происходящее и подает события со своей точки зрения. Конечно, независимость автоматически не означает полное соблюдение журналистских стандартов, однако служит необходимым условием для качественной работы журналистов.

Независимость также не означает нейтральности. Масс-медиа поддерживают и насаждают определенные ценности и стереотипы. И это изначально не может иметь нейтрального характера (даже если поддерживается, например, стереотип неучастия в политической жизни).

Говоря о значении масс-медиа можно вспомнить о статьях Б.Вудварда и его коллег, которые привели к отставке президента США. Показательным является эпизод, происшедший в редакции Newsweek. Во время подготовки материала об армии Судана возник вопрос о ее численности. Посольство Судана в США не смогло ответить на запрос. Журналисты поставили численность наугад — 17000 человек. Хартумские газеты перепечатали эту статью, дайджест дошел до посольства и оттуда перезвонили в Newsweek, чтобы сообщить, что они могут наконец-то назвать численность своей армии [Донсбах В., 2001: 156].

В наше время понимание значения масс-медиа привело к острой конкурентной борьбе за их внимание со стороны государственных структур, политических партий, бизнесовых образований, различных общественных групп. Это двухуровневая борьба. С одной стороны, кон-

куруют названные группы, а с другой, сами медиа борются за внимание аудитории. По образному выражению швейцарского исследователя В.Донсбаха, «масс-медиа — вне конкуренции важнейший источник нашего понимания реальности» [Berkman R., 1986: 96; по Потятиник Б.В., 2004: 78].

Медиа не просто информируют о событиях и дают площадку для дискуссий, они не просто развлекают и отвлекают от повседневной рутины. Масс-медиа формируют историю и сегодняшний день в том смысле, что именно они дают знания о том, что произошло в окружающем мире, и о том, хорошо или плохо то, что произошло. Коллективная память и коллективное сознание — это в наше время тоже продукт деятельности масс-медиа. Таким образом, медиа формируют мифы и стереотипы, настроения и отношения.

Значение масс-медиа усиливается после перехода общества к информационной стадии развития. При этом медиа как проводники информации приобретают особый статус и место в системе управления обществом. Это положение дополняет фактор зависимости от медиа. Люди привыкли к этому посреднику между ними и реальностью и часто психологически не могут без него обойтись. Обращение к масс-медиа стало для большинства людей такой же насущной потребностью как еда и сон. При возникновении ситуации, когда медиа недоступны, человек испытывает сильный психологический дискомфорт.

Медиа создают и поддерживают систему ценностей и стереотипов. Эти ценности воспринимаются аудиторией (особенно, тяжелыми зрителями) и становятся основой общественного консенсуса. Естественно, медиа сами не продуцируют ценности. Однако специфика конкретных видов масс-медиа влияет и на ценности и на формы их представления. Конечно же масс-медиа не заменяют других форм коммуникации и других социальных институтов (кроме маргинальных случаев, например, Интернет-зависимости), однако в информационном обществе их роль увеличивается. Особенно сильное влияние наблюдается в сфере культурных и политических предпочтений.

Это дало повод некоторым исследователям говорить о медиакратии, ситуации, когда медиа приобретают реальную власть над процессами выработки общественного мнения и последующих волевых решений. Это сильно повлияло на поле политики, привело к ее медиатизации. Политические события и кампании стали планировать как медиа-шоу, на медиа стали ориентироваться в построении своих выступлений политики. Изначально медиа играли присущую им посредническую позицию между политиками и населением. Политики могли доносить через медиа свои «месседжи», а медиа информировало их об общественных настроениях. Однако в последнее время позиция медиа стала более активной. Особенности подачи медийного материала стали диктовать политикам формы его представления. В целом, процесс медиатизации или шоуизации политики привел к кардинальным изменениям в ходе политических кампаний. Осознание влияния медиа проявляется и в том контроле, который устанавливают за их деятельностью в авторитарных обществах. Причем если раньше это был прямой цензурный контроль, то теперь власть предпочитает действовать через приобретение наиболее раскрученных медийных брендов. Политики и власть в авторитарных



странах по-прежнему видят в масс-медиа не партнера, а удобный инструмент влияния на общество. Именно поэтому в таких странах не возникают структуры общественного телевидения, а деятельность независимых или нежелательных медиа (если они присутствуют) ограничивается средствами судебного или административного влияния.

Кроме прочего, масс-медиа являются высокодоходным видом бизнеса (естественно, речь идет только о тех медиа, которые успешно действуют в условиях рыночной экономики). Основные деньги тут зарабатывают на рекламе и собственно продаже информационного продукта, хотя есть и ряд дополнительных источников дохода.

## Признаки и черты масс-медиа

Как и любой феномен, масс-медиа имеют свои отличительные признаки и черты. С.В.Бориснёв выделяет такие первичные признаки как производство информации, массовость распространения, оперативность доведения информации. Кроме того, он пробует определить общие условия функционирования масс-медиа: наличие технических средств, обеспечивающих регулярность и тиражированность массовой коммуникации; социальная значимость информации; массовость аудитории, рассредоточенной и анонимной; различные способы коммуникации и возможность выбора коммуникативных средств. Масс-медиа, по мнению С.В.Бориснёва имеют ряд характеристик: направленность (как правило, это однонаправленность от коммуникатора к аудитории), многоканальность (визуальный, аудиотивный и аудиотивно-визуальный каналы), вариативность (различные языковые стили), нормативность (имеется в виду, речи). Выделяются также ряд функций масс-медиа. Это обозрение окружающего мира (информационная), корреляция с социальными структурами (воздействие на общество и его познание), передача культурного наследия (культурологическая) (по Г.Д.Лассвеллу), развлекательная (по К.Райту), мобилизующая (регулятивная) (по Д.МакКуэйлу), оптимизации деятельности общества (социальное общение), контакта (формирование группового сознания), социального контроля (через социальные нормы), социализации личности (воспитательная (по А.А.Леонтьеву), антенны, усилителя, фокуса, призмы, эха (по Котля и Коде). Инфраструктура журналистики включает в себя следующие условия: оперативность, актуальность, направленность, покупательность, управляемость, принадлежность [Бориснёв С.В., 2003: 174, 177-9, 182-5].

В целом, масс-медиа действительно отличается от средств передачи информации в других формах коммуникации. Отличие, прежде всего, лежит в сфере массовости и опосредованности передачи информации относительно анонимной аудитории.

Основой деятельности медиа является передача новостной информации. Н.Луман исследовал факторы отбора новостей: 1) информация должна быть новой и, желательно, неожиданной, повторения нежелательны; 2) предпочтение отдается конфликтной информации, которая рождает напряженность; 3) количественные показатели воз-

буждают внимание, особенно если цифры сравниваются; причем, чем крупнее цифры, тем лучше; 4) особую значимость сообщениям придает локальность информации; 5) внимание привлекает нарушения норм (правовых, этических), которые медиа представляют в виде скандалов; 6) к этому добавляются моральные оценки, с помощью которых медиа выполняют функцию по сохранению и воспроизводству морали; 7) при этом внимание уделяется действиям (и действующим персонам), а не мотивам и причинам поступков; 8) требование актуальности приводит к сообщению о событиях, которые уже состоялись к моменту сообщения, требование рекурсивности — к тому, что события учитываются и в более поздних сообщениях; 9) как особый случай, выражения мнений тоже могут распространяться под видом новостей. По мнению Н. Лумана, несмотря на неоднородность трёх столпов масс-медиа (новости/репортажи, реклама, развлечения) система медиа едина. Неоднородность же заключается в разнообразии способов коммуникации, воплощения, производства раздражений и информации. Особенность ситуации состоит в том, что масс-медиа являются медиумами не в том смысле, что передают информацию от знающего к незнающему, а в том, что развивают фоновое знание, из которого можно исходить в дальнейшей коммуникации. Особенностью масс-медиа является также то, что они всегда и без исключений работают над собственной дискредитацией, оспаривая, комментируя и поправляя сами себя. Кроме этого, по мнению Н. Лумана, масс-медиа являются оперативно-замкнутыми и поэтому аутопоэтическими системами [Луман Н., 2005: 49-58, 103-105, 109, 181-182].

Н. Луман, как и многие другие исследователи, обращает внимание на манипулятивную природу масс-медиа. Нельзя сказать, что представители журналистского сообщества ничего не делают для обеспечения адекватного информирования аудитории. Так, американские журналисты выдвинули принцип справедливости, по которому должны строиться информационные сообщения. Справедливость предполагает: 1) полноту и точность фактов; 2) уместность этих фактов; 3) правдивость и ответственность; 4) простоту изложения без вычурности и амбициозности [Землянова А.М. Зарубежная..., 1999: 211].

Дж. Лалл обратил внимание еще на одну черту масс-медиа. Медиа способны преобразовывать непосредственное (реальное) время в опосредованное. То же самое происходит с пространством. Время и пространство после преломления в медиа преобразуются и воспринимаются аудиторией уже иначе. Озабоченность этим феноменом после Второй мировой войны высказывал Г. Иннис. То есть сообщения отрываются от непосредственного коммуникатора и временно-пространственного контекста, в котором были созданы. Затем их получает большая, гетерогенная аудитория, расположенная в разных местах. Медиа, по мысли Дж. Лалла «сжимают» время и пространство, развивая социальное неравенство (из-за разного уровня образованности и доступа к передовым технологиям) [Лалл Дж., 2002: 36-38].

Изменения медиа-дискурса, по мнению Н. Постмана, происходят вследствие изменения форм медиа (при этом ощущается явное влияние теоретических взглядов Г.М. МакЛюэна). Н. Постман считал, что при печатных медиа дискурсу были присущи рациональная организация, серьезность и понятность. Под влиянием телевидения дискурс обрел черты

бесформенности и абсурда. Ранее печатное слово имело монополию как на внимание, так и на интеллект. Кроме печати и устной традиции не было других путей доступа к общественному знанию. Сейчас положение поменялось. Н. Постман приводит такой пример: представьте кого-либо из выдающихся деятелей современности. В голову приходят не их слова, а только изображение. По мнению Н. Постмана, в этом состоит различие между печатно-ориентированной и образно-ориентированной культурой и мышлением. Н. Постман назвал период печатной культуры эрой экспозиции, на смену которой пришла эра шоу-бизнеса. Также подчеркивается фрагментарность знаний и мышления в эпоху телевидения [Postman N., 1985; по Назаров М.М., 2003: 161-169].

Конечно же, было бы ошибкой считать, что медиа каким-то образом объединились, чтобы влиять на людей. Механизмы психологического влияния заложены в самой природе медиа. Идут дискуссии о действенности этих механизмов, о том, насколько сильное воздействие оказывают медиа на аудиторию. Кроме всего прочего, влияние медиа (в демократических странах) не имеет одновекторной направленности. Ученые выделяют два рынка идей: конвенциональный и диссидентский. Деятельность первого связана с наиболее влиятельными корпорациями и партиями в обществе и направлена на получение прибыли, второго — с партиями и течениями, которые представляют ограниченные группы людей и направлена на то, чтобы стать дискуссионной площадкой для обсуждения идей, непопулярных в обществе. Диссидентский рынок идей оказывается изначально маргинальным вследствие того, что ориентирован на ограниченные группы людей. Он маргинален и идеологически с распространением идеологии консьюмеризма (потребительства).

Симбиоз различных видов медиа усиливается благодаря явлению конвергенции — сближения различных видов масс-медиа на основе цифровых коммуникационных технологий. Это делает медиа более доступными. Е.А. Варганова включает в понятие конвергенции процессы слияния технологий, в том числе дигитализацию и миниатюризацию техники; слияния различных видов медиа (имеется в виду взаимопересечение медиа, например, приход традиционных медиа в Интернет) — это приводит к созданию нового по характеру контента, например, инфотеймент, эдютеймент, инфорториал; слияния рынков — идет интеграция традиционных медиа с телекоммуникационным сектором [Варганова Е.А., 1999: 11-14].

Одной из угроз независимости медиа считается концентрация собственности. Принято выделять пять форм такой концентрации: 1) цепь, когда собственнику принадлежит ряд однотипных масс-медиа (например, «Ганнет компании» владеет более 80 ежедневными газетами); 2) сеть — радио- или телестанции, которые покрывают значительные территории (например, BBC, CNN); 3) кросс-медиа собственность, когда владельцу принадлежат медиа различных видов (пример, News Corp. Р.Мэрдока); 4) конгломераты, когда объединяются не только медиа, но и средства их производства (типографии, студии и т.д.); 5) вертикальная интеграция — собственность охватывает всю вертикаль от создания спроса и сбора информации до предоставления ее конечному пользователю [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 103].

Г.Гербнер выдвинул следующие характеристики масс-медиа. 1. Масс-медиа включают в себя дистанционные способы передачи информации, которые должны быть максимально доступными аудитории а) в физическом смысле; б) в экономическом смысле (финансово); 2. информация адресуется большим массивам разрозненной и анонимной для источника аудитории; 3. Деятельность масс-медиа подчиняется законам бизнеса, она имеет свои социальные цели как корпоративное производство и максимальное разделение труда как конвейерное производство; 4. Источником информации является не личность, а формальная организация с определенными стандартами качества и требованиями к сотрудникам; 5. Производство информации сложно технологически; 6. Аудитория масс-медиа имеет устойчивый, регулярный характер; 7. Информационный продукт в соответствии с законами рынка меняется на деньги и внимание потребителя [Gerbner G., 1967: 40-57; по Шеремет А.Н., 2003: 28].

Г.Г.Почепцов рассматривал масс-медиа как мифопорождающую машину (причем, основную) как в аспекте печатного знака (газеты и прочие виды печатных медиа), так и визуального (телевидение). По мнению известного ученого литература, театр, другие виды искусства уступают медиа в этом смысле [Почепцов Г.Г., 2001: 192-198].

В последнее время с развитием телекоммуникационных технологий происходят изменения в процессе массовой коммуникации. Прежде всего, это касается односторонности передачи информации. Место одностороннего информирования все чаще занимает многосторонняя коммуникация. Покамест это только первые ростки, среди которых стоит выделить блогговую или так называемую гражданскую журналистику. В наше время идут дискуссии о том, можно ли вообще считать блоги и подобные явления журналистикой. Ведь нарушается не только условие опосредованной аудитории и одностороннего потока информации, но и видоизменяются функции и цели коммуникации. Чем бы ни закончились эти споры, следует ясно понимать, что с развитием новейших технологий масс-медиа и весь процесс массовой коммуникации претерпит кардинальные перемены.

Такие изменения связываются, прежде всего, с развитием Интернета. Он уже сейчас активно используется в сфере образования, библиотечного дела, здравоохранения, музеев. Не удивительно и активное использование новых возможностей Интернета в процессе массовой коммуникации.

А.В.Соколов попробовал обобщить различные аспекты Интернета. Он выделил философско-исторический аспект (транснациональный характер сети, способствование экономической глобализации, возможность сосуществования разных политических и иных культур, собрание знаний человечества); организационно-управленческий аспект (децентрализация, отсутствие управленческого органа и иерархии власти); этико-правовой аспект (внутренняя противоречивость, заключающаяся в полной свободе, с одной стороны, и угрозам частной жизни, с другой; соблюдение авторских прав); социальный аспект (различные социальные группы пользователей); психологический аспект (проблема раздвоения сознания) [Соколов А.В.].

Как справедливо замечает В.В.Ризун, приход компьютерных технологий коренным образом изменил деятельность всех работников информационной сферы. В частности, расширилась зона функций редакции и сократились функции типографии, ускорился процесс сбора, обработки и доставки информации и т.д. [Ризун В.В. Теория...].

Интернет как медиум особо привлекателен для аудитории, т.к. у респондентов возникает а) свобода времени получения информации; б) разнообразие источников получения информации; в) разнообразие способов получения информации (активный поиск и подписка на получение новостей); г) возможность выбора нужной информации; д) активность выбора; е) эффект присутствия; ё) иллюзия свободы информации в Интернете [Раскладкина М.К., 2002: 13-14]. К этому можно добавить реальную возможность для респондентов самим стать издателями или журналистами, а также быстроту доступа и фактическую неограниченность информации.

В связи с развитием новых технологий и появлением Интернета как новейшего медиума возникли дискуссии по поводу будущего традиционных медиа. Часть исследователей (в частности, Б.Гейтс) считают гибель газет неизбежной. Другие, наоборот, прогнозируют новый толчок в развитии прессы, радио и телевидения в процессе их конвергенции. Основные особенности, которые в будущем, возможно придется освоить традиционным изданиям — это более четкое реагирование на запросы целевой аудитории (чтобы выдержать конкуренцию с возможностью делать «свою» газету в Интернете) и децентрализация производства с целью ускорить дистрибуцию (современные технологии позволяют это делать мгновенно (так же, как мгновенно можно будет распечатать для себя книгу в магазине или библиотеке).

В современных условиях традиционным изданиям одинаково важно удерживать аудиторию и рекламодателей (впрочем, это взаимосвязанные задачи). В этой связи интересен анализ преимуществ и недостатков основных медиа, проведенный американскими исследователями [Quera L., 1973: 71-74; по Ньюсом Д., Тёрк ВанСлайк Д., Крукеберг Д., 2001: 420-421].

<b>Телевидение</b>	
<i>Преимущества</i>	<i>Недостатки</i>
Сочетает в себе визуальные, звуковые элементы и элементы движения	Сообщение ограничено конкретными временными рамками
Позволяет провести физический показ продукта	У потребителя нет возможности навести справки о сообщении
Высокая степень доверия, связанная с незамедлительностью сообщения	Иногда тяжело организовать трансляцию сообщения
Большое влияние сообщений	Большие временные затраты
Огромная аудитория	Значительный процент избыточной аудитории — сообщение получают не только целевые аудитории, но и те, кому оно не предназначено

Хорошая идентификация продукта	Высокие производственные затраты
Популярное масс-медиа	Плохая передача цвета
Радио	
Преимущества	Недостатки
Выборочность географических рынков	Сообщение ограничено конкретными временными рамками
Хорошее насыщение местных рынков	У потребителя нет возможности навести справки о сообщении
Легко изменить рекламный материал	Отсутствие визуальных эффектов
Относительно низкие затраты	Значительный процент избыточной аудитории — сообщение получают не только целевые аудитории, но и те, кому оно не предназначено
<b>Журналы</b>	
<i>Преимущества</i>	<i>Недостатки</i>
Выборочность аудитории	Часто в обращении находятся дубликаты
Охватывают более богатых потребителей	Обычно не могут доминировать на местном рынке
Престиж для рекламодателя	Большие перерывы между датами выпуска
Могут передаваться читателями друг другу после прочтения	Отсутствие незамедлительности сообщения
Огромная читательская масса	Иногда высокие производственные траты
<b>Газеты</b>	
<i>Преимущества</i>	<i>Недостатки</i>
Выборочность географических рынков	Высокая стоимость для охвата национального масштаба
Легко изменить рекламный материал	Краткосрочность жизни сообщения
Охватывает общественные группы с самыми разными уровнями дохода	Значительный процент избыточной аудитории — сообщение получают не только целевые аудитории, но и те, кому оно не предназначено
Легко планировать выпуск рекламы	Различия в размерах и форматах
Относительно низкие затраты	Большой разброс цен для местной и национальной рекламы
Хороший вид медиа для рекламы производителей и дилеров	Иногда плохое воспроизведение цвета

Попытку оценить роль масс-медиа в становлении общественной сферы современности сделал М.Прайс. Он считал важным качеством

масс-медиа широкую доступность к их ресурсам со стороны граждан, невысокую плату и равные возможности доступа. Дисбаланс доступа в зависимости от доходов или власти разрушает общественную сферу. Серьезную роль тут играет государство через распределение частот, управление спутниками, субсидирование изданий, финансирование библиотек, а иногда и прямую цензуру. Тут М.Прайс вступает в заочную дискуссию с Ю.Хабермасом, считая, что правительство стало не отдельным измерением общественной жизни, а участником общественной сферы и что радио и телевидение являются не местом рационального дискурса, а развлекательным механизмом. Причем радио и телевидение настолько плотно вошли в общественный механизм, что стали основным механизмом общественной дискуссии. Хотя в некоторых случаях они могут быть пагубными для общественной сферы из-за манипуляций при помощи рекламных технологий. От идеальной общественной сферы ее медийная модель отличается тем, что аудитория является опосредованным наблюдателем, а не вовлеченным участником [Прайс М., 2000: 38-45].

О.В.Зернецкая отмечает четыре процесса в сфере масс-медиа. Это коммерциализация (когда общественные стандарты заменяются на рыночные), либерализация (расширение круга участников медиа-рынка и создание конкуренции), приватизация (продажа государственных медиа) и интернационализация (создание межгосударственных альянсов). При этом наиболее опасной для общественных интересов является коммерциализация с концентрацией собственности и зависимостью от рекламодателей [Зернецкая О.В., 1999: 87-88, 92-94]. Действительно, для медиа как предприятия нерекламное содержание является как бы нагрузкой, необходимой, но обременительной. С одной стороны, без нее не будут покупать рекламу, с другой, на нее необходимы расходы.

Что касается взаимоотношений политики и масс-медиа, то существуют несколько парадигм. 1) парадигма распределения власти (масс-медиа — четвертая власть, которая противостоит и контролирует остальные три ветви); 2) парадигма инструментализации (тут существует два подхода: всевластие масс-медиа и всевластие политики, смотря каких взглядов придерживается тот или иной исследователь); 3) взаимозависимость и симбиоз (комплексное взаимодействие политики и масс-медиа). В последнем случае существуют а) попытки рассматривать политику и масс-медиа как суперсистему, аргументируя это тем, что медиа являются для политики незаменимым инструментом и происходит медиатизация политики; б) предлагаются модели взаимопроникновения, когда политическая система функционально зависит от медиа-системы. При этом из-за медиатизации политики и инструментализации масс-медиа поля политики и масс-медиа частично перекрываются. [Sarcinelli U., 1994: 35-50; по Чопп К., Донгес П., 2001: 123-128].

Н.В.Костенко, рассматривая статус медиа, изобразила зависимости, в которых они находятся: 1) контроль со стороны институтов власти; 2) давления со стороны бизнесовых структур; 3) влияние институциональной культуры, ее ценностей и норм; 4) сложные отношения с общественным мнением; 5) учет информационных, коммуникативных, релаксионных потребностей и интересов аудитории. Но эти зависимости не исключают свободы и автономности медиа в сохранении, утверж-

дении либо пересмотре социального порядка. При этом масс-медиа выполняют функции: а) артикуляции образов социальной структуры, социальной дифференциации; б) трансляции имиджей социальных страт и статусов; в) социокультурной структуризации аудитории; г) закрепления прошлых либо репрезентация новых стилей общения, типов социального взаимодействия [Соціологія, 2005: 119-121].

В коммуникативистике считается, что в деятельности масс-медиа используется ряд принципов. В частности, выделяются принципы «вращающейся двери» (периодичность повторения информации в медиа, т.е. принцип регулярности влияния); «вхождения в роль» (атрибут сценарного подхода к медиа, согласно которому все участники информационного процесса (в т.ч. и зрители) играют свои роли); обратной связи (учет специфики ответных реакций); опущения (выявление присутствующих или отсутствующих в содержании масс-медиа символов и структур медиамифологии); очевидно существующей опасности (ограничение свободы слова, если она может привести к прямому ущербу гражданам или обществу); солидарности и ответственности (самоограничения, в частности, в сети Интернет, чтобы соблюдать законы и этические нормы, и, в конечном итоге, избежать правового регулирования со стороны государства); экономности (минимизация затрат для получения соответствующего эффекта) [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 174-175].

## **2.2. Направления исследования массовокоммуникационных процессов**

Вообще, любое исследование является формой научного познания. Оно должно быть направлено на получение новых знаний, включая эмпирический анализ объекта исследования, отвечая критериям и нормам научного процесса познания [Процесс..., 1975: 11]. За последние десятилетия научные исследования массовокоммуникационных процессов привлекали повышенное внимание ученых. Были изданы многочисленные монографии, сборники научных трудов, диссертации, проведено множество комплексных исследований. Такое внимание не вызывает удивления, ведь массовая коммуникация заняла в мире исключительное место по своему весу и влиянию на формирование человеческого сознания.

Массовая коммуникация исследуется с момента ее возникновения. Многочисленны также исследования процесса коммуникации вообще. Ученые выделяют исследования материальных и энергетических процессов, физических и физиологических аспектов передачи сигнала, технологии осуществления коммуникации и оптимизации этого процесса, отношение между участниками коммуникации, ее содержание, интенции коммуникатора и реципиента, функции и эффекты коммуникации и многое другое. Исследованиями процесса коммуникации занимаются представители многих наук: техника связи, информатика, биология, психология изучают физический, физиологический и информационный аспект коммуникации; исследованиями коммуникации также занимаются лингвистика, социология, семиотика и т.д. [Шульц В., 2007: 622].



Большое внимание уделяется всем сторонам массовокоммуникационного процесса: технической, технологической, социальной и т.д.

Невзирая на технический прогресс в массовой коммуникации, в результате чего значительно растет мощность и радиус действия масс-медиа, потребности общества в получении информации растут еще быстрее и полностью удовлетворить их масс-медиа не могут. Значение массовой коммуникации растет еще и потому, что расширяется спектр их функций. Газеты, радио, телевидение и т. д., как свидетельствуют данные исследований, глубоко пронизывают всю жизнь общества и активно влияют на развитие как отдельного человека, так и любой отрасли его деятельности. То есть мы наблюдаем процесс, когда масс-медиа уже не удовлетворяются своей ролью воспитателя, учителя или организатора, а все более активно действуют в сфере социального управления. Значение масс-медиа тем выше, что они при всех своих достоинствах еще к тому же являются и высокоприбыльными (конечно, в обществе с нормально функционирующей экономикой). Здесь можно говорить не о массовых коммуникационных процессах в частности, а об информационном секторе экономики в целом.

Большие и очень интересные проблемы возникают при исследовании просветительской функции масс-медиа. Одни исследователи считают, что масс-медиа, особенно аудиовизуальные дают начало новой эпохи образования, что весь цикл от ликвидации неграмотности к получению университетского диплома можно перевести на соответствующие масс-медиа. Другие, напротив, говорят о том, что теперь общество кормят суррогатами и стереотипами, и что люди, особенно молодежь, гораздо меньше читают, ходят в театры и музеи, а те, кто особенно зависит от телевидения, более склонны к поддержке официальной точки зрения и меньше обнаруживают свою индивидуальность.

Такая же широкая дискуссия бурлит и относительно проблемы развития культуры в современную эпоху. С одной стороны, масс-медиа способствуют интеграционным процессам в культуре, с другой, многие исследователи считают, что они несут гибель мировой культуре.

Но, невзирая на всю важность всех перечисленных проблем, с самого начала возникновения масс-медиа и до наших дней больше всего исследований было посвящено проблеме эффективности их влияния на сознание аудитории. И здесь причиной является не какая-то особенная привлекательность для исследователей именно этого вопроса, а сутобо жизненные проблемы. С самого начала большинство исследований заказывались и в настоящий момент заказываются рекламодателями, которых мало тревожат какие-то теоретические вопросы, и которые рассчитывают на исключительно прагматичные выводы. На высокую роль рекламодателей в развитии исследований массовой коммуникации было обращено внимание даже в специальном исследовании ЮНЕСКО.

Общеизвестно, что у нас подобных исследований проводилось сравнительно меньше, чем на Западе. Может возникнуть вопрос, нужны ли они в настоящий момент, потому что уже в мировой науке о массовой коммуникации подобные проблемы разработаны достаточно. Но дело здесь намного глубже, и основная проблема заключается в том, что, невзирая на ряд общих закономерностей, развитие масс-медиа в отдельных странах или регионах зависит от конкретных усло-

вий, которые там существуют. «Коммуникация осуществляет разнообразное и широкое влияние, которое чувствуется на разных уровнях и во всех прослойках общества в целом. Более того, поскольку коммуникация не является изолированной отраслью, оторванной от условий, в которых она функционирует, или лишенной взаимосвязей со всей социальной системой и социальной средой, всякая попытка определить ее влияние принуждает вернуться к рассмотрению основных социально-культурных, социально-экономических и социально-политических вопросов, которые существуют в любом обществе» [Предварительный..., 1978: 70].

Относительно конкретной проблематики исследований эффективности массовой коммуникации, то здесь возникает, прежде всего, проблема правильного инструментария, потому что еще и до сих пор не разработаны достаточно четкие и надежные методики измерения силы влияния информации на аудиторию. А поле для позиционирования здесь достаточно широкое: от взглядов на эффективность любого опубликованного сообщения к уверенности, что индивидуальные барьеры смогут преодолеть всякое информационное поле.

Много исследований посвящены проблеме адекватности восприятия аудиторией информации, того, как донести без потерь информацию коммуникатора до реципиента. Прежде всего, это проблема выбора адекватного набора сроков, языковых меток, которые были бы одинаково понятны и аудитории, и коммуникатору. Есть еще одна важная проблема — а именно дисфункция, различие информационных потребностей аудитории с тем предложением, которую предоставляет коммуникатор. Для решения этого вопроса необходимо проведение конкретных социологических исследований.

Еще одно важное направление — это изучение деятельности массовой медиа как фактора, который, с одной стороны, формирует общественное мнение, а, с другой, сам служит показателем его сформированности и направленности. Это тоже задание, прежде всего, социологических исследований.

Научный анализ массовокоммуникационных процессов является важнейшим условием управления ими. Именно такую цель ставят многие аналитические исследования. Здесь нужно иметь в виду, что такие исследования сами по себе являются достаточно субъективными, потому что невозможно полностью абстрагировать исследователя от объекта исследования, в данном случае процессов массовой коммуникации. Любой исследователь из-за того, что он является членом общества, так или иначе причастен к этим процессам и потому не может полностью абстрагироваться от них. Здесь сознательно или подсознательно имеют влияние социальные установки исследователя.

Конечно, перед тем, как начать исследование, нужно определить себя с методологической позицией ученого. Потому что если он думает лишиться в процессе исследования своих установок, то это мнимое впечатление. Методика и в значительной мере подходы к исследованию во многом зависят от того, какие взгляды господствуют в сознании исследователя. Здесь играют особенно важную роль те методики, которые позволяют свести к минимуму влияние мнений исследователя на ход и результаты исследования. Особенно это касается контент-

аналитических исследований. То есть анализ текста приводит к тому, что исследователь сравнивает, как отражается реальность в тексте, причем этот анализ максимально объективен.

Относительно собственно направлений социологических исследований процессов массовой коммуникации, то они, прежде всего, касаются того, что порождает массовую коммуникацию, того, как она протекает, осуществляется, и того, какие последствия имеет. Некоторые исследователи выделяют два уровня анализа массовой коммуникации: теоретический и теоретически-прикладной [Социология..., 1991: 66]. На первом уровне выделяются такие направления: 1) направление, в рамках которого концептуально обосновывается роль и влияние массовой коммуникации на развитие современного общества, рассматриваются возможные перспективы и последствия развития массовой коммуникации в широком социокультурном контексте; 2) направление, связанное с социально философской критикой массовой коммуникации, анализом проявлений дисфункциональности массовой коммуникации в социально-политической и культурной отраслях; 3) направление, связанное с разработкой специальных социологических теорий массовой коммуникации, то есть теорий «среднего уровня». На втором уровне выделяются такие направления: 1) социальные аспекты влияния массовой коммуникации на конкретные группы населения; 2) особенности использования аудиторией отдельных средств массовой коммуникации; 3) процедуры измерения аудитории; 4) изучение эффективности рекламы; 5) анализ проблем, которые возникают в результате трансакционного действия масс-медиа.

Некоторые исследователи выделяют три аспекта исследования масс-медиа: историко-технический, практический и технико-практический. Первый аспект связан с изучением влияния техники на творчество, роль новейших средств масс-медиа. При рассмотрении практического аспекта осуществляется анализ природы, путей и методов влияния массовой коммуникации на личность. А технико-практический аспект предусматривает исследование способов оптимальной передачи материалов по объему, форме, цвету, установление уровней читабельности, то есть изучение оптимальных форм подачи материалов [Борев В.Ю., Коваленко А.В., 1986: 58-60].

Другие выделяют в изучении масс-медиа четыре направления: социологическое, предметом которого является анализ процесса производства и восприятия сообщений; культурологическое, которое занято, прежде всего, анализом самих сообщений; историческое, с традиционно присущим ему генетическим анализом; футурологическое, при котором осуществляется футурологический анализ [Багиров Э., 1981: 167].

Большое внимание при исследовании масс-медиа уделяется изучению коммуникационных обстоятельств. В первую очередь анализируется источник информации, определяется его престиж, а затем он сравнивается с субъективными взглядами людей.

Эффективность коммуникации тем выше, чем меньше оказываются «ножницы» между взглядами коммуникатора и аудитории. То есть источник сообщения должен иметь высокий авторитет у аудитории. В связи с этим нельзя не вспомнить об эксперименте, проведенном одним из основателей Йельской школы еще во время второй мировой

войны. Во время этого эксперимента двум одинаковым по численности и репрезентативности группам были розданы одинаковые тексты сообщений. Однако они были приписаны в первой группе «надежным» источникам информации, во второй — «ненадежным». Полностью в эту информацию поверили 23 % опрошенных в первой группе и только 7 % во второй. В связи с этим опытом интересным является и открытый К.Ховлендом так называемый «спящий эффект». Через месяц, во время повторного опроса уже 14 % из второй группы полностью поверили в информацию. Она сохранилась в их памяти, а вот источник ее они просто забыли.

Еще одно важное направление — это изучение взаимодействия разных масс-медиа. Выдающийся американский социолог П.Лазарсфельд установил, что разные медиа осуществляют перекрестное влияние на аудиторию. Позже этот вывод подтвердил Б.Грушин. Но и до сих пор непонятным остается механизм получения преимущества одними средствами перед другими.

В советской социологии первые попытки комплексного обсуждения вопроса развития масс-медиа были сделаны в конце 60-х гг. на встречах социологов в Кяэрику (Эстония). Основное ударение было сделано на выработке общетеоретических положений функционирования масс-медиа. Но на пути создания теории массовой коммуникации есть много объективных трудностей. Они вызваны, в первую очередь, сложностью и многогранностью самого объекта исследования. Исследователями отмечается, что «основные понятия теории массовой коммуникации остаются плохо определенными и многозначными» [Сорокин Ю.А., 1978: 71], что «система массовой коммуникации слабо исследована в социокультурном аспекте» [Язык..., 1983: 23], что «до сих пор не существует психологической теории массовой коммуникации» [Пруха Я., 1974: 287], то есть что «исследование природы и функций массовой коммуникации, невзирая на большой объем опубликованной до нашего времени литературы, в сущности только началось» [Шерковин Ю.А., 1973: 57]. Но ключом для изучения всех компонентов массовой коммуникации является текст [Пруха Я., 1974].

Нужно отметить, что в отечественной социологической науке еще очень мало места отводилось вопросам изучения массовокоммуникационных процессов. Например, за 1984-1986 гг. на территории Советского Союза было зарегистрировано 238 социологических исследований. Только 5 из них было посвящено массовым коммуникациям, а в 4 применялся анализ текстов [Эмпирические..., 1988]. За последнее десятилетие состояние дел коренным образом не изменилось, хотя процессы использования возможностей массовой коммуникации привлекают к себе все больше внимания.

На первом этапе исследования массовой коммуникации, в основном, носили бихевиористский характер, т.е. изучали реакции людей на воздействия (стимулы) внешней среды. Бихевиористские концепции используются и в современной науке при изучении и моделировании различных типов активаций аудитории и для определения эффективности управления масс-медиа [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 25].

Интересный экскурс в историю исследования этики коммуникации предпринят в монографии «Этика СМИ» [Этика, 2003: 60-69]. В частности, рассматриваются взгляды Платона с его рассуждениями о значении речи, логоса для души. Подобающая и следующая правилам речь предполагает знание свойств души и позволяет воспринимать истину. Однако не достаточно довольствоваться внешним видом и соответствием индивидуальным и партикулярным интересам (как это было в софистике). Необходимо познавать суть явлений. Письменный источник может не иметь прямого адресата, на которого б ориентировался автор. С иной стороны, затруднена (а часто и невозможна) обратная связь. Т.е. в письменности диалог невозможен. Для Платона письменность была не возможностью поисков истины, а «воспоминаниями для самого себя» или для других знающих. Стоит также отметить античные исследования театра, прежде всего, в «Поэтике» Аристотеля. Кроме того, Аристотель в своей «Риторике» исследовал процесс публичной коммуникации. В частности он отмечал, что для нее необходимы три элемента: оратор, речь и аудитория. В Средневековье исследованием слова и письма занимался широкий круг авторов от Р.Луллия до Николая Кузанского. Особое внимание к информационным средствам было у деятелей Возрождения, которые вновь воспринимали тексты не как Божье откровение, а как органическое единство формы и содержания. Реформация привела к расцвету письменности. Для Лютера Библия является не нормирующим документом, а ориентацией для христиан. Особо следует подчеркнуть вклад Лютера в герменевтическое понимание текстов, которое было развито Дилтеем и Шлейермахером в отдельную науку [Этика, 2003: 60-69]. После бурного развития прессы исследования медиа приобрели прикладной характер. Они, как правило, останавливаются не на общих вопросах взаимоотношения Человека и Слова, а на изучении конкретных взаимодействий медийных и иных структур.

Начало систематических исследований массовой коммуникации есть смысл отнести к началу XX в. О.В.Зернецкая выделяет несколько этапов этой истории. Первый приходится на период с начала XX в. до 30-х гг. Он характеризуется бурным развитием прессы и кинематографа, а также представлениями о большом влиянии медиа на формирование общественного мнения и поведение аудитории. Период между мировыми войнами характеризуется повышенным интересом к исследованиям пропаганды. Становление теории массовой коммуникации задерживалось тем, что этой дисциплиной занимались представители сразу нескольких наук, а объект изучения был эклектичным и находился на периферии различных наук. Второй этап, по мнению исследовательницы, длился от 40-х до начала 60-х гг. XX в. Появились школы журналистики, конституализировалась теория массовой коммуникации как наука. В этот период мы наблюдаем плодотворные исследования американских (многие из них европейского происхождения, но вынуждены были иммигрировать в США из-за преследований нацистов) социологов П.Лазарсфельда, Г.Лассуэлла, Е.Годе, Н.Лейтеса, Б.Берельсона. Именно тогда была предложена когнитивная парадигма Г.Лассуэлла. Кроме того, он внес выдающийся вклад в развитие метода контент-анализа. Стоит также отметить исследования медиа-эффектов, которые пришлось на этот промежуток времени. Исследования

П.Лазарсфельда и его коллег «Голос народа» положили начало этапу, когда масс-медиа представлялись неэффективным инструментом влияния. Кроме того, было проведено ряд интересных исследований аудитории. Третий этап охватывает вторую половину 60-х — конец 70-х гг. XX ст. На этот период приходится развитие телевидения, и, как следствие, исследования телевизионной рекламы, влияния изображений насилия на телевидении и т.д. В этот период стоит отметить исследования Франкфуртской школы (ее представители, реализуя неомарксистский подход, критиковали масс-медиа за утрату оппозиционных ценностей в процессе переработки культуры, по природе трансцендентной от капиталистической этики), структуралистов (особенно труды Р.Барта по развитию политической семиотики — структуралисты вообще стремились раскрыть знаково-текстовую структуру общественных практик). На этот период приходится также творчество канадского социолога Г.М.МакЛюэна, с его предсказаниями глобальной роли масс-медиа, зависимости содержания от медиума, разделения медиа на горячие и холодные и многое другое. Большой вклад в теорию информационного общества внес один из его идеологов американский ученый Д.Белл. В новый период истории исследований массовой коммуникации (80-90 гг. XX в.) продолжилась разработка основных аспектов массовокоммуникационного процесса, и, прежде всего, в рамках различных социологических подходов. Интересны исследования новостей, медийных дискурсов, различных аспектов новейших масс-медиа (глобального телевидения, Интернета). На современном этапе исследований медиа-деятельности стоит обратить внимания на изучение глобальной коммуникации [Зернецька О.В., 1999: 19-42]. В целом, мощный толчок исследованиям массовой коммуникации дал переход общества к информационной стадии развития. Это привело к возникновению различных научных школ, которые активно изучают все компоненты массовокоммуникационного процесса.

Таким образом, именно в 1930-е гг. в основном выходцами из Франкфуртской школы стали разрабатываться положения, отделяющие массовую и межличностную коммуникацию. Позже, в 1940-е гг. бурно развивались теоретические положения теории информации как междисциплинарной науки (прежде всего усилиями кибернетиков и математиков). Как развитие этих положений можно рассматривать взгляды Дж.Вотсона и Ф.Крика, которые рассматривали ДНК как код генетической информации [Питерс Д.Д., 2004: 32-33].

М.Шадсон выделил три направления исследования массовой коммуникации: 1) исследования неовеберийцев различных форм рационализации производства массовой культуры с акцентом на проблемах организации деятельности медиа и обеспечение профессионализма, необходимого в условиях конкуренции; 2) изучение символического значения сообщений массовой коммуникации как средства поддержания политической гегемонии учеными Франкфуртской школы в русле неомарксизма; 3) исследования неодюркгеймианцами публичного восприятия, формирования коллективных представлений [Schudson M., 1986: 43; по Терин В. П., 1997: 25-26; Терин В. П., 2000: 18-19].

В.П.Терин отмечает также направление феноменологической социологии, представители которой, рассматривая повседневный опыт в качестве высшей реальности, противопоставляют себя и неовеберийан-

цам (представляющим рациональную организацию духовного производства как «железную клетку»), и неомарксистам (с их представлением об отчуждении и репрессивности массового сознания), и неоджоркгеймианцам (они считают, что повседневный поток массовой коммуникации, обволакивая человека, еще не возвышает его до единения с включающей его общностью («коллективной трансцендентальностью»), а для его достижения необходима религиозность восприятия действительности, возможная в случае передачи уникальных событий, обладающих мощной «аурой»). Феноменологи же при анализе массовой коммуникации ограничиваются упорядочиванием «жизненного мира», как он дан в сознании массовой аудитории. В целом, исследования массовой коммуникации сначала носили бихевиористский характер и были привязаны к анализу текущих потребностей открытой рыночной борьбы за аудиторию, и только позже они стали более академичнее. В.П.Терин выделяет термин «массовая коммуникация» как исходный для ее теории. В 1909 г. Ч.Кули выделил коммуникацию (как массовое общение) в качестве средства превращения органически целого мира человеческой жизни в актуальную реальность (в своей теории приобщения индивидов к «большому сознанию» как совокупности накопленных социально значимых «состояний чувствования» и «отображений»). В 1931 г. Дж.Мид рассматривал общество как совокупность взаимодействия индивидов. При этом тождество смысла взаимодействия (в сознании индивида) позволяет каждому принимать роль другого, в т.ч. «обобщенного другого». Ясна роль при этом массовой коммуникации [Терин В. П., 1997: 25-26; Терин В. П., 2000: 18-22]. Таким образом, массовая коммуникация стала объектом исследования не только специалистов-коммуникативистов, а, прежде всего, философов, социологов, представителей других фундаментальных наук.

По мнению Д.Д.Питерса Ч.Г.Кули был чистым идеалистом с точки зрения философии. В его диссертации 1894 г., которая была посвящена вопросам политэкономии транспорта содержится интересная фраза: «Транспортирование является физическим, коммуникация — психической» [Cooley Ch.H., 1894: 70; по Питерс Д.Д., 2004: 32-33]. Для Ч.Г.Кули коммуникация психическая («товарищество мысли») и физическая (транспортирование — «уничтожение расстояния») были органично связаны. Ч.Г.Кули считал медиа двигателем истории. Он относил к числу механизмов коммуникации жест, говорение, письменность, печать, почту, телефон, телеграф, фотографию, технику искусств и наук [Питерс Д.Д., 2004: 193-197].

Среди научных школ изучения массовой коммуникации целесообразно выделить (по результатам деятельности) Анненбергскую, Франкфуртскую и Бирмингемскую школы.

Анненбергская школа существовала при Пенсильванском университете с 1959 г. и изучала масс-медиа в трех направлениях: анализ проблем кодов и форм структурирования образов и сообщений; исследование поведения групп в коммуникационном процессе; изучение коммуникационных систем, институтов и политики. Особую известность приобрела программа школы (начатая в 1967 г.) «Профиль насилия». Руководитель школы Дж.Гербнер ставил задачу раскрыть системную сущность телевидения как одного из средств сохранения

целостности сложившихся общественных отношений и структур (на смену мифологии, фольклора, религии, которые превращали представления и ритуалы в формы символической социализации и контроля). Т.е. телевидение выполняет те же функции, что и традиционные мифо-религиозные формы парареальности. Но телевидение, как продукт индустриального общества, создает массовую аудиторию со стандартным потребительским подходом к жизни, чего не было в предыдущие эпохи. Если в эпоху фольклора культивировалось созидательное отношение к культуре, то в телевизионную — потребительско-развлекательное. Насилие же на телеэкране, с одной стороны, разлагает общественную мораль и порождает тягу к преступлениям, с другой, ведет к страху и уступке силе. Методология Анненбергской школы заключалась в а) системном подходе, который выявлял структуру главных ареалов телевизионного пространства, б) культивационном подходе, с помощью которого устанавливалось, что именно усваивают зрители в качестве общественных норм и ценностей. В итоге сделан вывод о телевидении, как главном культурном индикаторе современного общества, который определяет состояние общественного сознания, мнения, вкусы, пристрастия и потребности [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 17-19].

В 30-е гг. в Германии действовала Франкфуртская школа. Она действовала до 70-х гг. XX ст. Ее представители использовали, в основном, марксистские подходы к критике практик масс-медиа и массовой культуры (хотя было и влияние других течений, например неофрейдизма).

Представители Бирмингемской школы (и, прежде всего, С.Холл) изучали роль массовой культуры в обществе. При этом тщательно исследовалась роль масс-медиа. Большинство представителей школы считали, что массовая культура имеет позитивную, интегрирующую роль [Шарков Ф.И., 2003: 159].

В немецкой социологии первым серьезным теоретическим и практическим достижением изучения влияния масс-медиа считаются двенадцать исследований фонда Пейна, которые проводились с 1929 по 1932 г. и исследовали влияние фильмов на установки, знания и эмоции молодежи. Вследствие рекомендаций ученых были выработаны «кодексы производства» для киноиндустрии. Д.МакКуэл делит историю исследований медиа на три фазы: сильного влияния (1910-1945); слабого (1946-1970); умеренного влияния (с 1971). Ученый имеет в виду взгляды большинства исследователей медиа на их роль и влияние в социуме. Как иллюстрацию первой фазы можно привести панику вокруг радиоспектакля по книге Г.Уэллса «Война миров» и радиокампанию К.Смит, которая на протяжении 15-часового радиомарафона собрала 39 млн. долларов на военный заем во время Второй мировой войны. Вторую фазу принято связывать прежде всего с исследованием П.Лазарсфельда и его коллег «Выбор народа», которое дало обоснование теории двухступенчатого потока коммуникации. Третья фаза связана с исследованиями М.МакКобса и Д.Шоу «порядка дня», который устанавливает медиа, и Э.Ноэль-Нойманн «спирали молчания» [Кеплингер Х.М., Ноэль-Нойманн Е., 2007: 54-57].

В современном научном дискурсе для обозначения науки, объектом изучения которой является массовая коммуникация, все чаще



применяется термин «коммуникативистика». Л.М.Землянова определяет ее, как «науку, изучающую системы средств и гуманитарных функций массовых информационных связей, осуществляющихся на разных этапах цивилизации с помощью различных языков и дискурсов (вербальных и невербальных)» [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 88]. Коммуникативистика сформировалась в середине XX в. в США. Ее появление спровоцировала информационная революция. Теоретические основы коммуникативистики разрабатывали исследователи журналистики, социологи, философы, политологи, экономисты, культурологи, этнографы, психологи, филологи, представители других наук. Название «коммуникативистика» еще не закрепилось, иногда эту науку называют теорией коммуникаций, коммуникалогией и т.д. Ближе к коммуникативистике стоит кибернетика и информатика [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 88-89]. Всплеск исследований произошел при переходе общества к информационной фазе развития. Ученые исследуют закономерности информационных связей, их роль в функционировании нового типа общества.

В коммуникативистике существует несколько направлений. Следует отметить социологическое направление, хотя в нем представлены ученые самых различных специальностей, объединенные интересом к социальной специфике информационных процессов, средств и систем, их структурно-функциональному взаимодействию с другими общественными институтами и культурой. Особую роль в этом направлении сыграли идеи видного американского ученого У.Шрамма о необходимости соблюдения принципов ответственности и объективности для достижения гуманитарного баланса между экономическим благополучием информационных средств и общественными интересами. Исследователи отмечают связь принципов социологического направления с неопозитивизмом [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 209-210]. Представители этого направления не соглашались с недооценкой первичных групп и ценностных ориентаций индивидов, которые преломляют восприятие масс-медиа. Т.Парсонс рассматривал человеческое действие как самоорганизующуюся систему, которая пользуется символическими механизмами регуляции, нормативными ценностями и подчиняет закону иррациональности. А.В.Этциони для повышения активности индустриального общества предлагал усилить централизованный контроль за функционированием системы через организацию интенсивного взаимодействия власти и информации. Д.Белл и Э.Шилс утверждали, что массовое производство и потребление масс-медиа ведет к становлению однородности общества [Шарков Ф.И., 2003: 156]. Н.В.Костенко отмечает интегрирующий характер социологического изучения массовой коммуникации, при котором используются достижения различных наук и снимаются терминологические ограничения и запреты. Со времен М.Вебера социология массовой коммуникации изучала ее отношение к институтам политики, бизнеса, к групповым интересам. Сейчас большинство дискуссий сосредоточено около тезиса о «силе» медиа-влияния: его всемогущества либо ограниченности [Соціологія, 2005: 221-222].

Из существующих направлений научного поиска можно также назвать маклюэнизм и теорию третьей волны, структурализм, функциональный анализ.

Последний определяет атрибутику масс-медиа как современных оригинальных социально-коммуникационных систем. При этом их главным интегративным качеством признается общественно-массовый характер. Исследования идут по трем этапам. На первом определяются основные особенности коммуникационных систем, на втором — их функциональные проявления, на третьем — результаты использования элементов информационных процессов. При этом выделяются такие типы функций: а) наблюдения за окружающей средой; б) коррелирование и интерпретация информационных явлений, выработка рекомендации по реакции на них; в) социализация новых членов общества и передача культуры им; г) развлечения. Также выделяются политическое влияние и экономическая обоснованность [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 246-247].

Интересно также культурологическое направление. Тут можно выделить исследования собственно культурологического и критического плана. В первом используются теории символического интеракционизма (прежде всего, Дж.Г.Мид), ритуала (Дж.Керри), социального конструирования реальности (А.Шюц), анализа фреймов (И.Гофман), культивации (Дж.Гербнер). Критические культурные теории представлены неомарксистскими Д.МакКуэла, М.Хоркхаймера, Т.Адорно, Г.Маркузе, гегемонии А.Грамши, анализа новостей У.Липпмана, новостей как дискурса Т.Ван Дейка. Эти исследования критически анализируют влияние масс-медиа на состояние общества [Зражевська Н.И. Масова..., 2006: 38].

Но, следует учитывать, что, несмотря на различные методологические позиции, ученые разных направлений работают на одном и том же материале над одними и теми же проблемами. И часто приходят к одинаковым выводам. Например, при исследовании революций в коммуникации большинство ученых различных направлений сходятся на том, что было три этапа этой революции: изобретение письменности, печатного станка и электронных медиа [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 212]. В последние годы много исследований посвящено новейшим медиа, сетевым технологиям.

Ряд ученых называет XX век — веком пропаганды, подчеркивая значимость информационной революции и отличие от XIX века — идеологии [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 27].

В целом, исследования масс-медиа не имеют скоординированного характера и часто основываются на определенных группах техник. Например, в западных исследованиях значительно чаще изучались содержание и эффекты при помощи контент-анализов и экспериментов, а в советских — аудитория при помощи опросов.

### 2.3. Коммуникатор и аудитория

Естественно, в процессе массовой коммуникации особые черты приобретают его основные участники: коммуникатор и аудитория. Л.М.Землянова в Толковом словаре терминов и концепций определяет коммуникатора как «лицо или группу лиц, создающих и передающих сообщения» [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 89], примерно то же говорит А.А.Князев в своем Энциклопедическом словаре СМИ [Князев А. А., 2002]. Вероятно, есть смысл несколько сузить это определение. Навряд ли объектом теории массовой коммуникации может быть деятельность технического персонала по обеспечению распространения информационного продукта (хотя может быть и такое, особенно в случае возникновения сбоев или при рассмотрении общих принципов организации информационного производства).

Коммуникатора, на наш взгляд, целесообразнее определить как лицо или группу лиц, которые влияют на содержание массовой коммуникации. Таким образом, идет смещение от процесса производства информационного продукта в сторону результата. Именно содержание процесса массовой коммуникации, с одной стороны, соединяет коммуникатора и аудиторию и, с другой, приводит к определенным эффектам. При этом к коммуникаторам можно отнести творческий коллектив редакций, топ-менеджмент и владельцев масс-медиа.

Анализ производителей информации в своем исследовании совершил В.В.Ризун. В частности, он проанализировал коммуникатора как функцию социальной роли. При этом она напрямую зависит от того, кто исполняет эту роль. Также В.В.Ризун выдвинул идею дисперсии функции вещания и дивергентности коммуникатора [Ризун В.В. Теория...].

Е.Д.Кузнецова считала, что коммуникатор в массовой коммуникации имеет как бы коллективный характер, имея в виду, что он отражает интересы определенных социальных групп. К коммуникаторам она относит и технических работников редакций. При этом выделяется понятие субъекта-организатора, который формирует информационный поток [Кузнецова О.Д., 2005: 12-13].

При всей важности этого субъекта отдельные исследователи сильно преувеличивают его роль. Так, Е.И.Дмитриев, цитируя слова Р.Максвелла и Р.Мэрдока о том, что они жестко управляют редакциями, делает вывод: «в журналистике сейчас доминирует порядок, давно утвердившийся в мировой практике, где выстроена жесткая зависимость по линии: собственник — издание — общественное сознание и поведение». И далее: «роль журналистики как социального института сейчас в огромной степени производна от социальной активности владельцев СМИ, т.е. общество лишилось механизмов контроля над журналистикой» [Дмитриев Е.И., 2001: 4]. На самом деле нет оснований делать столь категорические и катастрофические выводы. Большинство собственников, в том числе и Р.Мэрдока, прежде всего интересуется прибылью от их медиа, а не контент (об этом, в частности, свидетельствуют формы контрактов с топ-менеджментом). Кроме всего прочего общество никогда не имело никаких иных форм контроля за медиа (за исключением

общественного вещания), кроме как покупка либо игнорирование информационного продукта. И если некоторые исследователи говорят о диктате аудитории, то имеется в виду именно свобода в обращении либо в отказе от обращения к тому или другому медиуму. Снижение целевой аудитории означает финансовый провал, с которым владелец может смириться только в том случае, если медиа действует не как элемент рынка, а как инструмент политического влияния.

Аудитория по-разному трактуется различными теориями. Их обзор сделала Л.М.Землянова. В социологическом направлении за аудиторией принимается публика, воспринимающая информацию в зависимости от своих возрастных, социально-демографических и культурно-образовательных особенностей. Для культурологов — это масса потребителей культуры, которую транслируют медиа. С бизнесовой точки зрения аудитория — это рынок и т.д. Термином же массовая аудитория в коммуникативистике охватываются все потребители информации масс-медиа. При этом главным атрибутом этого объединения является массовость. Существуют различные концепции массовой аудитории: и как пассивного молчаливого большинства, поглощающего все, что передают масс-медиа, и как сознательной силы, которая активно влияет на масс-медиа и требует удовлетворения своих желаний и интересов [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 23, 117].

Дж.Лалл считал, что аудитория «существует не из индивидов, а из групп, объединенных чем-то общим», а массовая аудитория — это понятие, «согласно которому читатели, зрители и слушатели масс-медиа трактуются как неразличимая безликая группа, а не как совокупность личностей [Лалл Дж., 2002: 104, 244]. Он резко высказывался против мнения, что аудитория — это пользователи масс-медиа, которые объединены в пассивную безликую массу. При этом основное внимание уделялось эмоциональной стороне дела: людям ведь неприятно, что их считают частью массы. Научных доводов не приводилось (особенно исследователя возмущал факт продажи рейтингов на телевидении рекламодателям как «унизительная трансформация живых, мыслящих людей»). Одновременно американский культуролог активно цитирует исследование Дж.Уэбстера и П.Фолена «Массовая аудитория: новое открытие доминантной модели» [Webster J.G., Phalen P., 1997]. Эти американские коммуникативисты утверждали, что аудитория имеет определенную силу, с которой должны считаться общественные институты. Сила аудитории 1) в ее численности (иначе не будет поддержки медиа со стороны рекламодателей), 2) в ее возможности инспирировать политические действия (как пример приводятся события около помещения в Чикаго, где проходил съезд Демократической партии в 1968 г. Тогда полиция разогнала демонстрантов, протестовавших против Вьетнамской войны. Демонстрация кадров расправы полиции над протестующими по телевидению вызвало большой общественный резонанс). По мнению Дж.Лалла, на характер массовой аудитории сильно влияют изменения, произошедшие с масс-медиа. Если раньше ограниченное число медиа передавало содержание по определенному, установленному ими графику, то теперь неограниченное количество медиа передает содержание по графику, который устанавливается пользователями. Дж.Лалл считает, что фрагментация и сегментация аудитории, которая происходит исключительно в интересах рекламода-

ля (а исходя из этой сегментации масс-медиа строят свою программную политику) ведет «к уменьшению общего для всего общества опыта, что может привести к болезненной утрате гражданского духа и к социальной поляризации» [Лалл Дж., 2002: 113].

Ряд исследователей придерживаются мнения об активной роли аудитории. С.В.Бориснёв считает, что «массовая аудитория — совокупность индивидов, получающих одновременно или в разное время определенную, имеющую значимость на данном этапе развития общества информацию... Массовая аудитория — общественная сила управления средствами коммуникации, основа гражданского содействия» [Бориснёв С.В., 2003: 135]. Она (аудитория) характеризуется неоднородностью, рассредоточенностью, анонимностью. Ее члены рассматриваются как личности, включенные в сеть общественных отношений и связей, которые при помощи масс-медиа могут устанавливать отношения как между собою, так и с широкой социальной средой. Особенности аудитории — в ее избирательности, восприимчивости, разновеликости, заинтересованности, включенности. По типам аудитория может быть реальная или потенциальная, регулярная или нерегулярная, целевая или нецелевая [Бориснёв С.В., 2003: 234].

Ряд исследователей неоправданно расширяют определение аудитории, что приводит к его размыванию. Так, у А.А.Князева аудитория — это «все потребители информации, распространяемой по каналам СМИ — читатели газет, журналов и книг, радиослушатели и телезрители, пользователи Интернета и покупатели программ для компьютеров, посетители дискотек и покупатели пластинок, кассет и дисков со звуковыми и видеозаписями, посетители кинотеатров и т.д.» [Князев А. А., 2002].

Ф.И.Шарков дает более практичное определение: «все потребители информации, распространяемой по каналам СМИ. При этом массовая аудитория имеет неоднородную структуру, рассредоточена по территории и анонимна» [Шарков Ф.И., 2003: 157].

Более привлекательными выглядят формулировки аудитории, как стойкой совокупности людей, объединенных общими информационными потребностями. При этом идет оживленная дискуссия между теми, кто видит аудиторию как собрание пассивных реципиентов, и теми, кто рассматривает аудиторию как активного участника процесса коммуникации, который активно влияет на его контент.

В целом, аудитория массовой коммуникации имеет гетерогенный, анонимный для коммуникатора, рассредоточенный (по территории) характер.

## 2.4. Массы

Естественно, при изучении массовой коммуникации особое внимание уделялось понятию «массовый», которое вошло в самую дефиницию. При этом продолжаются дискуссии вокруг понятия «массы» (от лат. ком, кусок), которые одни исследователи отождествляют с аудиторией массовой коммуникации, другие же дают более широкие определения.

Как отмечает Ф.И.Шарков понятие «массы» трактуется в социологии неоднозначно: и как толпа, и как публика, и как гетерогенная система, и, добавим, как аудитория масс-медиа. Немецкий философ К.Маннгейм рассматривал массы как продукт машинной техники и «сверхорганизованного» бюрократического общества. К.Берк использовал термины «масса» и «толпа» как синонимы. Также считал французский социолог Г.Лебон. Иного мнения придерживался другой французский ученый Г.Тард. Он считал, что смешивать понятия «толпы» и «публики» нельзя, т.к. в первой люди физически сплочены, во второй — рассеяны, в первая — нетерпима, вторая — пассивна. Американский исследователь Д.Рисмен в своей разработке проблем потребительского общества, разрабатывает положение о человеке толпы как обезличенном, стандартизированном, объекте манипулирования и жертве отчуждения. То есть повторяет положение Г.Лебона о том, что в массовой структуре человек нивелируется и подчиняется психологии толпы [Шарков Ф.И., Родионов А.А., 2003: 35-36; Шарков Ф.И., 2003: 157].

Как отмечал В.П.Терин с 40-х гг. XX в. анализ аудитории масс-медиа стали делать на два направления: атомизма и исследования лидеров мнений. Согласно теории атомизма аудитория состоит из разрозненных, независимых друг от друга людей («индивидуумов», латинский аналог греческого термина «атом»). То есть каждый индивидуум самостоятельно принимает, воспринимает и оценивает сообщения массовой коммуникации. Последователь теории символического интеракционизма Г.Блумер дал такое определение понятию массы: «элементарная, спонтанно возникающая коллективная общность» [Blumer H., 1953: 47; по Терин В. П., 1997: 27; Терин В. П., 2000: 23]. При этом масса имеет ряд характеристик: 1) члены массы могут иметь разное происхождение, социальное положение, культурный уровень и благосостояние; 2) члены массы анонимны друг для друга и их взаимодействие не играет большой роли; 3) это нечетко организованная общность, т.е. она не держится вместе и не способна на целеустремленные согласованные действия подобно толпе. Опираясь на это определение Л.Вирт сделал вывод об отличии масс от традиционных и других общностей: «Наиболее очевидной чертой массы является то, что она состоит из большого числа людей, вырванных из привычного для них, относительно неизменного порядка взаимодействия. Существенным при этом является то, что люди, становясь членами массы, начинают вести себя независимо от ролей, определяемых их социальным положением» [Wirth L., 1966: 562-563; по Терин В. П., 2000: 24]. Позже в работах Г.Тарда, Ч.Кули, У.Липпмана, Г.Блумера, Г.Лассуэлла было разработано понятие «публика», как совокупность индивидов, которые в отличие от массы, адекватно осознают свои интересы и активно включены в процесс их реализации, а также обладают своим публично выражаемым мнением [Терин В. П., 1997: 27; Терин В. П., 2000: 12].

В.М.Березин сравнил отношение к понятию массы у Г.Тарда и К.Маркса. Г.Тард считал, что в основе воздействий на массу лежат ее бессознательные представления, поэтому при использовании соответствующих приемов можно осуществлять гипнотическое воздействие и достигать нужных результатов. Г.Тард выделил публику как социальную группу, объединенную общим источником информации. Он высказал

мысль о зависимости типов социального сообщества от типов коммуникации. При этом в схему распространения идей в акте коммуникации были включены три закона: повторяемости, противоположения и приспособления. По первому — идеи распространяются в геометрической прогрессии, второму — старые идеи накладываются на уже существующие, третьему — подражание новым идеям [Тард Г., 1901: 43-53; по Березин В.М., 2003: 34]. Марксисты же употребляли понятие массы как 1) синоним термина «слои населения» (К.Маркс и Ф.Энгельс подчеркивали, что именно массы творят историю в соответствии со степенью собственной зрелости); 2) синоним пролетариата, как сознательной части общества. И.Сталин считал массу краеугольным камнем марксизма, а ее освобождение — главным условием освобождения личности [Березин В.М., 2003: 30-31].

Первые социологические теории (О.Конта, Г.Спенсера, Ф.Тённиса, Э.Дюркгейма) рассматривали массу как форму обезличенных человеческих отношений, характерных для индустриального общества [Бакулев Г.П., 2005: 33]. Именно тогда были заложены основы представлений о массовом обществе и массовой коммуникации.

При изучении понятия «массы» интересен анализ творческого наследия Г.Лебона. К нему было противоречивое отношение как при жизни, так и после смерти. Г.Лебон попытался детально исследовать психологию народов и толп. Французский исследователь считал, что именно массы, следуя идеям, которые ими овладевают, вершат современный ход истории человечества (при феодализме он приписывал им крайне незначительную роль). Г.Лебон писал, что неизвестно, какие будут основные идеи, на базе которых воздвигнутся новые общества. Но без сомнения, «при своей организации им придется считаться с новой силой, последней повелительницей современной эпохи — могуществом масс... В то время, как все наши древние верования колеблются и исчезают, старинные столпы общества рушатся друг за другом, могущество масс представляет собой единственную силу, которой ничто не угрожает и значение которой все увеличивается. Наступающая эпоха будет поистине эрой масс» [Лебон Г., 2000: 148].

Французский исследователь отождествлял массы и толпу. Он считал, что «Мало склонные к теоретическим рассуждениям, массы зато очень склонны к действию. Благодаря своей теперешней организации, толпа получила огромную силу. Догматы, только что нарождающиеся, скоро получают силу старых догматов, т.е. ту тираническую верховную силу, которая не допускает никаких обсуждений. Божественное право масс должно заменить божественное право королей». И далее: «Общие симптомы, заметные у всех наций, указывают нам быстрый рост могущества масс и не допускают мысли, что это могущество скоро перестанет расти. Что бы оно нам ни принесло с собой, мы должны будем с ним примириться. Всякие рассуждения и речи против этого могущества — пустые слова» [Лебон Г., 2000: 149, 151].

Г.Лебон подчеркивал, что толпа играла разрушительную роль в истории цивилизаций, хотя не был уверен, что эта ее функция сохранилась и в современную эпоху: «До сих пор самой определенной ролью масс было великое разрушение устаревших цивилизаций. Роль эта существует не с нынешнего дня. История указывает нам, что как толь-

ко нравственные силы, на которых покоилась цивилизация, теряют власть, дело окончательного разрушения завершается бессознательной и грубой толпой, справедливо называемой варварами. Цивилизации создавались и оберегались маленькой горстью интеллектуальной аристократии, никогда — толпой. Сила толпы направлена лишь к разрушению. Владычество толпы всегда указывает на фазу варварства. Цивилизация предполагает существование определенных правил, дисциплину, переход от инстинктивного к рациональному, предвидений будущего, более высокую степень культуры, а это все условия, которых толпа, представленная сама себе, никогда не могла осуществить. Благодаря своей исключительно разрушающей силе, толпа действует, как микробы, ускоряющие разложение ослабленного организма или трупа. Если здание какой-нибудь цивилизации подточено, то всегда толпа вызывает его падение. Тогда-то обнаруживается ее главная роль, и на время философия численности является, по-видимому, единственной философией истории» [Лебон Г., 2000: 151].

Г.Лебон давал несколько определений термину «толпа»: «Под словом «толпа» подразумевается в обыкновенном смысле собрание индивидов, какова бы ни была их национальность, профессия или пол и каковы бы ни были случайности, вызвавшие это собрание. Но с психологической точки зрения слово это получает уже совершенно другое значение. При известных условиях — и притом только при этих условиях — собрание людей имеет совершенно новые черты, отличающиеся от тех, которые характеризуют отдельных индивидов, входящих в состав этого собрания. Сознательная личность исчезает, причем чувства и идеи всех отдельных единиц, образующих целое, именуемое толпой, принимают одно и то же направление. Образуется коллективная душа, имеющая, конечно, временный характер, но и очень определенные черты. Собрание в таких случаях становится тем, что я назвал бы, за неимением лучшего выражения, организованной толпой или толпой одухотворенной, составляющей единое существо и подчиняющейся закону духовного единства толпы... Исчезновение сознательной личности и ориентирование чувств и мыслей в известном направлении — главные черты, характеризующие толпу, вступившую на путь организации, — не требуют непременно и одновременного присутствия нескольких индивидов в одном и том же месте. Тысячи индивидов, отделенных друг от друга, могут в известные моменты подпадать одновременно под влияние некоторых сильных эмоций или какого-нибудь великого национального события и приобретать, таким образом, все черты одухотворенной толпы. Стоит какой-нибудь случайности свести этих индивидов вместе, чтобы все их действия и поступки немедленно приобрели характер действий и поступков толпы... Самый поразительный факт, наблюдающийся в одухотворенной толпе, следующий: каковы бы ни были индивиды, составляющие ее, каков бы ни был их образ жизни, занятия, их характер или ум, одного их превращения в толпу достаточно для того, чтобы у них образовался род коллективной души, заставляющей их чувствовать, думать и действовать совершенно иначе, чем думал бы, действовал и чувствовал каждый из них в отдельности. Существуют такие идеи и чувства, которые возникают и превращаются в действия лишь у индивидов, составляющих толпу. Одухотворенная толпа представляет собой



временный организм, образовавшийся из разнородных элементов, на одно мгновение соединившихся вместе, подобно тому, как соединяются клетки, входящие в состав живого тела и образующие посредством этого соединения новое существо, обладающее свойствами, отличающимися от тех, которыми обладает каждая клетка в отдельности» [Лебон Г., 2000: 155-159].

Г.Лебон попытался исследовать, какие же превращения происходят с индивидуумом в толпе и какие черты характерны для толп: «В коллективной душе интеллектуальные способности индивидов и, следовательно, их индивидуальность исчезают; разнородное утопает в однородном, и берут верх бессознательные качества... Появление этих новых специальных черт, характерных для толпы и притом не встречающихся у отдельных индивидов, входящих в ее состав, обуславливается различными причинами. Первая из них заключается в том, что индивид в толпе приобретает, благодаря только численности, сознание непреодолимой силы, и это сознание позволяет ему поддаваться таким инстинктам, которым он никогда не дает волю, когда бывает один. В толпе же он менее склонен обуздывать эти инстинкты, потому что толпа анонимна и не несет на себе ответственности. Чувство ответственности, сдерживающее всегда отдельных индивидов, совершенно исчезает в толпе. Вторая причина — заразительность или зараза — также способствует образованию в толпе специальных свойств и определяет их направление. Зараза представляет собой такое явление, которое легко указать, но не объяснить; ее надо причислить к разряду гипнотических явлений, к которым мы сейчас перейдем. В толпе всякое чувство, всякое действие заразительно, и притом в такой степени, что индивид очень легко приносит в жертву свои личные интересы интересу коллективному. Подобное поведение, однако, противоречит человеческой природе, и потому человек способен на него лишь тогда, когда он составляет частицу толпы. Третья причина, и притом самая главная, обуславливающая появление у индивидов в толпе таких специальных свойств, которые могут не встречаться у них в изолированном положении, — это восприимчивость к внушению; зараза, о которой мы только что говорили, служит лишь следствием этой восприимчивости... Итак, исчезновение сознательной личности, преобладание личности бессознательной, одинаковое направление чувств и идей, определяемое внушением, и стремление превратить немедленно в действия внушенные идеи — вот главные черты, характеризующие индивида в толпе. Он уже перестает быть самим собой и становится автоматом, у которого своей воли не существует. Таким образом, становясь частицей организованной толпы, человек спускается на несколько ступеней ниже по лестнице цивилизации. В изолированном положении он, быть может, был бы культурным человеком; в толпе — это варвар, т.е. существо инстинктивное» [Лебон Г., 2000: 160-163].

Г.Лебон подчеркивал интеллектуальный примитивизм толпы: «Каковы бы ни были идеи, внушенные толпе, они могут сделаться преобладающими не иначе, как при условии быть облеченными в самую категорическую и простую форму. В таком случае эти идеи представляются в виде образов, и только в такой форме они доступны толпе. Такие идеообразы не соединяются между собой никакой логической связью аналогии

или последовательности и могут заменять одна другую совершенно так, как в волшебном фонаре одно стекло заменяется другим рукой фокусника, вынимающего их из ящика, где они были сложены вместе. Вот почему в толпе удерживаются рядом идеи самого противоречивого характера. Сообразно случайностям минуты, толпа подпадает под влияние одной из разнообразных идей, имеющихся у нее в запасе, и поэтому может совершать самые противоположные действия; отсутствие же критической способности мешает ей заметить эти противоречия... Толпа до некоторой степени напоминает спящего, рассудок которого временно бездействует и в уме которого возникают образы чрезвычайно живые, но эти образы скоро рассеялись бы, если бы их можно было подчинить размышлению» [Лебон Г., 2000: 188, 193]. И еще: «Толпа никогда не стремилась к правде; она отворачивается от очевидности, не нравящейся ей, и предпочитает поклоняться заблуждению, если только заблуждение это прельщает ее. Кто умеет вводить толпу в заблуждение, тот легко становится ее повелителем; кто же стремится образумить ее, тот всегда бывает ее жертвой... Факторы, умеющие производить впечатление на толпу, всегда обращаются к ее чувствам, а не к ее рассудку. Законы логики не оказывают на нее никакого действия» [Лебон Г., 2000: 231, 233]. Причем образы, которые овладевают толпой, имеют особый характер: «Могущество слов находится в тесной связи с вызываемыми ими образами и совершенно не зависит от их реального смысла. Очень часто слова, имеющие самый неопределенный смысл, оказывают самое большое влияние на толпу. Таковы, например, термины: демократия, социализм, равенство, свобода и т.д., до такой степени неопределенные, что даже в толстых томах не удастся с точностью разъяснить их смысл. Между тем, в них, несомненно, заключается магическая сила, как будто на самом деле в них скрыто разрешение всех проблем. Они образуют синтез всех бессознательных разнообразных стремлений и надежд на их реализацию. Ни рассудок, ни убеждение не в состоянии бороться против известных слов и известных формул. Они произносятся перед толпой с благоговением, и тотчас же выражение лиц становится почтительным, и головы склоняются. Многие смотрят на них как на силы природы или сверхъестественные силы. Они вызывают в душе грандиозные и смутные образы, и окружающая их неопределенность только увеличивает их таинственное могущество. Они являются таинственными божествами, скрытыми позади скинии, к которым верующие приближаются с благоговейной дрожью» [Лебон Г., 2000: 224-225].

Также Г.Лебон попробовал вывести способы воздействия на толпу. Их, по его мнению, три: утверждение (простое и краткое), повторение и зараза (отличительная особенность толпы мгновенно распространять идеи и образы) [Лебон Г., 2000: 242-244].

В целом, наследие Г.Лебона подвергалось критике многими учеными, показывающими бездоказательность его основных положений. Однако оно послужило основой и материалом для многих интересных исследований как в области социологии, так и социальной психологии.

Выдающийся французский философ С.Московичи осуществил критический разбор учения Г.Лебона. Но, в отличие от своего предшественника, он считал, что наиболее значительное изобретение нашего времени — это индивид, и обосновывал это тем, что до эпохи Возрожде-

ния горизонтом человека всегда было «мы», но затем был выделен атом человечества — «я». Но при этом индивид часто идет на поводу чужого мнения, «в социальной ситуации люди ведут себя недобросовестно, не обнаруживают своих лучших качеств». И «всякий раз, когда люди собираются вместе, в них скоро начинает обрисовываться и просматриваться толпа. Они перемешиваются между собой, преобразуются. Они приобретают некую общую сущность, которая подавляет их собственную; им внушается коллективная воля, которая заставляет умолкнуть их личную волю. Такое давление представляет собой реальную угрозу, и многие люди ощущают себя уничтоженными... Собранные в общественные стада, одурманенные той таинственной силой, которую источает всякая перевозбужденная группа, люди впадают в состояние внушаемости, сходное с наркотическим или гипнотическим. И пока они пребывают в этом состоянии, они верят всему, что им скажут, и сделают все, что им прикажут сделать. Они будут подчиняться каждому призыву, каким бы бессмысленным он ни был. В любом случае реакции людей обостряются, как это видно на примере паломничества и патриотических парадов, музыкальных фестивалей и политических митингов» [Московичи С., 1996]. С.Московичи анализирует две модели общества: классового и массового. Среди авторов первой выделяются К.Маркс и М.Вебер, тут господствует концепция, что обнищавшие массы в условиях господства товарного производства (когда и труд становится товаром), образуют новый класс — пролетариат, становящийся активным творцом истории. Вторая, прежде всего устами Г.Лебона и Г.Тарда обосновывала явление массификации, смешение различных слоев и классов и причина тут в деятельности масс-медиа («Внедряясь в каждый дом, присутствуя на каждом рабочем месте, проникая в места отдыха, управляя мнениями и обезличивая их, эти средства превращают человеческие умы в массовый разум»). При этом «масса — это спущенная с цепи толпа, находящаяся во власти инстинктов, без совести, без руководителя, без сдерживающих начал, такая, какой она, в глазах мудреца, проявляет себя на баррикадах» [Московичи С., 1996].

С.Московичи не идеализировал массы: «Им по их природе не свойственно рассуждать, им не достает способности держать себя в узде для того, чтобы выполнять работу, необходимую для выживания и культурного развития, до такой степени это рабы сиюминутных импульсов и существа, подверженные, внушению со стороны первого встречного. Наше общество видело упадок личности и присутствует при апогее масс. Над ним по сути дела властвуют иррациональные и бессознательные силы, исходящие из его тайных глубин и вдруг обнаруживающие себя явно», но считал, что наш век — это их время: «Индивид умер, да здравствует масса! Вот тот суровый факт, который открывает для себя наблюдатель современного общества. В результате упорной и ожесточенной борьбы массы, кажется, повсюду одержали поразительную и бесповоротную победу. Именно они ставят новые вопросы и вынуждают изобретать новые ответы, поскольку их сила является реальностью, с которой отныне нужно считаться» [Московичи С., 1996].

С.Московичи считал, что привести массы в движение, организовать их могут только страсть и верования. Возглавляет же массы всегда зурпатор, «большой страстью, полный сознанием своей миссии..., утра-

тивший контакт с реальным миром и порвавший со своими близкими». И еще: «Массы нечувствительны к рассудочным доказательствам, а любая дискуссия подрывает доверие к власти вождя... Если сила исключается, а разум неэффективен, настоящему вождю остается третий путь: обольщение... Обольщать — значит переносить толпу из разумного мира в мир иллюзорный, где всемогущество идей и слов пробуждает одно за другим воспоминания, внушает сильные чувства... Чувство управляет законами толп. Они нуждаются в иллюзии, а действия вождя пропускаются через иллюзию, которая оказывается более необходимой, чем рассудок» [Московичи С., 1996].

С.Московичи также попытался обобщить существовавшие ранее определения толпы. Он вывел три признака: 1) толпы асоциальны и асоциальным образом сформированы; 2) толпы безумны; 3) толпы преступны. Но, следуя за Г.Лебоном, С.Московичи указывает, что толпа — это, прежде всего, слияние индивидов в единые разум и чувство. Она может быть героической и справедливой.

С.Московичи соглашается с выводами Г.Лебона о том, что состояние индивида в толпе подобно состоянию загипнотизированного человека. Т.е. человек не отвечает за свои поступки, его состояние можно определить как сумеречное.

Чтобы завоевать толпу идеи, по С.Московичи, должны отвечать трем условиям (тут автор практически повторяет Г.Лебона): утверждение, повторение, внушение.

С.Московичи считает, что область психологии толп отмечена тремя открытиями: «А) массы представляют собой социальный феномен, В) внушение объясняет растворение индивидов в массе; С) гипноз является моделью поведения вождя в массе». Кроме того, он выделяет такие идеи Г.Лебона: «1. Толпа в психологическом смысле является человеческой совокупностью, обладающей психической общностью, а не скоплением людей, собранных в одном месте. 2. Индивид действует, как и масса, но первый — сознательно, а вторая — неосознанно. Поскольку сознание индивидуально, а бессознательное — коллективно. 3. Толпы консервативны, несмотря на их революционный образ действий. Они всегда кончают восстановлением того, что они низвергли, так как для них, как и для всех, находящихся в состоянии гипноза, прошлое гораздо более значимо, чем настоящее. 4. Массы, каковы бы ни были их культура, доктрина или социальное положение, нуждаются в поддержке вождя. Он не убеждает их с помощью доводов рассудка, не добивается подчинения силой. Он пленяет их как гипнотизер своим авторитетом. 5. Пропаганда (или коммуникация) имеет иррациональную основу, коллективные убеждения и инструмент — внушение на небольшом расстоянии или на отдалении. Большая часть наших действий является следствием убеждений. Критичный ум, отсутствие убежденности и страсти являются двумя препятствиями к действию. Внушение может их преодолеть, именно поэтому пропаганда, адресованная массам должна использовать язык аллегорий — энергичный и образный, с простыми и повелительными формулировками. 6. Политика, целью которой является управление массами (партией, классом, нацией), по необходимости является политикой, не чуждой фантазии. Она должна опираться на какую-то высшую идею (революции, родины), даже своего

рода идею-фикс, которую внедряют и взращивают в сознании каждого человека-массы, пока не внушат ее. Впоследствии она превращается в коллективные образы и действия» [Московичи С., 1996].

Наукой о массах вплотную занимались и другие французские ученые, в частности, Ж.Бодрийяр. В своей работе «Симуляции и симулякры» он высказался в духе Г.Лебона: «Массы — это... раковые метастазы, которые выходят за пределы любой формы социальной организованности» [Бодрийяр Ж., 2004: 152]. В другой своей работе, «В тени молчаливого большинства, или конец социального», Ж.Бодрийяр писал: «Всё хаотическое скопление социального вращается вокруг этого пористого объекта, этой одновременно непроницаемой и прозрачной реальности, этого ничто — вокруг масс... Они не являются ни хорошими проводниками политического, ни хорошими проводниками социального, ни хорошими проводниками смысла вообще» [Бодрийяр Ж., 2000: 6-7]. Ж.Бодрийяр считал, что у масс большой запас социальной энергии и социальной активности: «Сегодня они — безмолвный объект, завтра, когда возьмут слово и перестанут быть «молчаливым большинством», — главное действующее лицо истории» [Бодрийяр Ж., 2000: 7]. При этом французский философ настаивал на аморфности и бессодержательности термина «масса»: «Стремление уточнить содержание термина «масса» поистине нелепо — это попытка придать смысл тому, что его не имеет» [Бодрийяр Ж., 2000: 9].

Ж.Бодрийяр, как и Г.Лебон, отрицал здравомыслие масс: «Рациональная коммуникация и массы несовместимы... Массы — это те, кто ослеплен игрой символов и поработен стереотипами, это те, кто воспримет все, что угодно, лишь бы это оказалось зрелищным. Не принимают массы только «диалектику» смысла» [Бодрийяр Ж., 2000: 14-15]. Причем Ж.Бодрийяр отмечал, что «дело не в том, будто они кем-то дезориентированы, — дело в их внутренней потребности, экспрессивной и позитивной контрстратегии, в работе по поглощению и уничтожению культуры, знания, власти, социального» [Бодрийяр Ж., 2000: 15]. Особо подчеркивал Ж.Бодрийяр пассивный, нерелективный характер масс. При этом философ отвергал мнение, что информация может структурировать массы. Он считал, что, напротив, информация осуществляет дальнейшее производство массы, т.е. масс-медиа разрушают социальное, а масса остается таковой только потому, что ее социальная энергия уже угасла [Бодрийяр Ж., 2000: 31-32].

Немецкие социологи подходят к понятию «масса» более приземленно. Например, В.Шульц понимает массы как дисперсную (не сосредоточенную в одном месте) аудиторию [Шульц В., 2007: 621], Малецке как большое количество пространственно разбросанных индивидуумов или небольших групп (например, семей), которые получают определенную публичную информацию, распространяемую определенным масс-медиа [Maletzke G., 1976: 4].

В коммуникативистике термин «масса» «обозначает большую группу людей, разнородную с точки зрения принадлежности к тем или иным социально-демографическим слоям и возрастным особенностям, но более однородную по своим вкусам, интересам и главное — влечению к масс-медиа и массовой культуре, которые формируют для них стандартный образ жизни и мышления» [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 115-116].

Авторы «Краткого оксфордского политического словаря» определили понятие «массы» несколько примитивно: «Совокупность обычных людей в обществе» [Короткий..., 2005: 392]. При этом они пробовали проанализировать, каков характер угроз, которые массы несут элитам или демократической стабильности.

Д.Мартиндейл, Д.Белл и Э.Шилдс выдвинули тезис о том, что под влиянием массового производства и потребления усиливается однородность общества. Отсюда пошли теории «народного капитализма», «господства всеобщего благоденствия», «единого среднего класса» [Шарков Ф.И., Родионов А.А., 2003: 24].

Противоположную точку зрения высказал Д.Рисман, который считал, что специализация труда привела к психологической изоляции членов общества, которое стало «толпой одиночек». В этих условиях масс-медиа играют роль социального цемента общества, позволяют иметь социальные ориентиры. Но не все исследователи признавали за масс-медиа позитивную роль. Создатели теории массового общества считали, что медиа ведут к вульгаризации общественных вкусов, потакают низким инстинктам и т.д. Особо подчеркивалась взаимосвязь власти и масс-медиа. Последние вроде бы только обслуживают потребности власти, способствуют сохранению статус-кво. Кроме того, масс-медиа обвинялись в манипулировании людьми, в создании виртуальной реальности, которая была далека от истинной. Медиа также привели к разрыву межличностных, в том числе семейных, связей (люди, вместо общения, проводят время перед экраном телевизоров) [Бакулев Г.П., 2005: 10, 34-35]. Особый расцвет теорий массового общества пришелся на 30-40 гг. XX в. Причиной была попытка исследовать процессы, происходящие в нацистской Германии.

Анализом масс занимались и советские ученые. В частности, видный социолог Б.А.Грушин определял массы как «специфический тип социального субъекта, общность, которая качественно отличается от всех видов групповых общностей» [Средства..., 1987: 110-111]. При этом он считал, что масса аудитории может быть устойчивой и организованной, мало похожей на толпу, однако и аудитория, и толпа являются разновидностями массы. Б.А.Грушин выделил такие свойства массы: 1) статистический характер общности (она не является самостоятельным целостным образованием, а ее характеристика совпадает с характеристикой ее членов); 2) стохастическая, вероятностная природа общности (открытый характер, случайность вхождения в общность); 3) ситуативный характер существования общности (масса формируется *ad hoc*); 4) гетерогенность состава массы [Средства..., 1987: 111]. При этом важнейшим катализатором массовизации Б.А.Грушин называет масс-медиа.

Значителен интерес к проблеме масс в украинской науке. В 2003 г. вышла отдельная книга В.В.Ризуна с одноименным названием. В ней проанализирована роль и место масс в системе массовой коммуникации, исследована история этого понятия, изучена сознание, поведение, настроения и мнения масс в контексте массовой коммуникации, а также коммуникационное воздействие на массы. В.В.Ризун считает психологическую массу как социальный субъект центральным вопросом массовой коммуникации (при этом масса понимается как синоним массовой аудитории) [Ризун В.В., 2003: 2, 21]. Он считает, что «с точ-

ки зрения понимания массового общения как процесса воздействия на массу, она является объектом общения, то есть таким общественным образованием, которое является пассивным, статистическим и поддается полностью и однозначно воздействию со стороны вещателя. Массасубъект, наоборот, является активным участником процесса общения, поддается не прямому, а опосредованному воздействию и рассматривается как динамическое образование, которое постоянно меняется, определенным образом актуализуется через постоянную активность членов массы» [Різун В.В., 2003: 23]. Массовая же коммуникация рассматривается как «естественная среда массификации людей, то есть втягивания их в массовую культуру через привития определенных стереотипов массового поведения, формирования массовых настроений». И далее: «Массовая коммуникация для массы является той естественной средой, той экологической для нее системой, от которой зависит ее жизнь или смерть. Вне массовой коммуникации масса не может существовать, поскольку она не является автономным, морфологическим организмом, она является... той раковой опухолью, которой нужны живые соки нормальных клеток, без которых раковая опухоль гибнет, и условия для размножения: существование среды и выведенной из строя иммунной системы. Массовая коммуникация и является той средой, а люди — клетками, которые кормят опухоль. СМК (средства массовой коммуникации) в этой ситуации выполняют сломанную от неправильной жизни иммунную систему, которая и содействует перерождению нормальных клеток в опухоль» [Різун В.В., 2003: 37-38, 45-46]. В связи с этим автор выдвигает функцию массификации у масс-медиа.

В другой своей работе, «Теория массовой коммуникации», В.В.Різун пишет, что «массовая коммуникация, которая по характеру и форме является видом социального взаимодействия, а именно влиянием коммуниканта на коммуниката в виде массы, всегда обслуживала и обслуживает искусственные массы. Ее прямое предназначение — быть средой для лидеров, вожаков, руководителей, которые работают с народом, само собой разумеется, «для его блага и процветания»! Поэтому массовая коммуникация выступает особой формой социального регулирования и является отдельным видом социальных коммуникаций» [Різун В.В., 2008: 22]. Выделяются пассивные и активные массы. Это не виды масс, а их состояние в процессе влияния на них. В пассивном состоянии масса пребывает, когда: 1) существует высокое доверие к коммуникатору; 2) члены массы теряют сознательный контроль за ситуацией и своими поступками; 3) ценности, моральные основы, взгляды, цели коммуникаторов совпадают. Активное состояние наступает, если: 1) члены масс контролируют ситуацию, поведение; 2) отсутствует высокое доверие к коммуникатору; 3) ценности, моральные основы, взгляды, цели коммуникаторов не совпадают [Різун В.В., 2008: 26].

Другая украинская исследовательница, Н.И.Зражевская считает массы «упрощенным агрегатным объединением индивидов», которое возникло в конце XIX в. в результате урбанизации [Зражевська Н.І. Засоби..., 2006: 24]. Именно она становится реципиентом массовой коммуникации. В другой своей работе исследовательница определяет массы с точки зрения коммуникативистики: «большая группа людей, разнородных с точки зрения принадлежности к тем или иным социально-

демографическим слоям, возрастным особенностям, но однородных по своим вкусам, интересам и т.п. Массы — любое большое количество людей, разное по структуре и образующее социальные организации [Зражевська Н.И. Масова..., 2006: 153-154].

Вокруг понятия «массы» продолжается научная и общественная дискуссия. В основном, она ведется на тему пассивности или активности масс, их реакционности или позитивности, разумности или внушаемости.

## 2.5. Влияние масс-медиа на аудиторию

Масс-медиа с начала их возникновения играли очень важную роль в истории человечества, роль медиатора, то есть связывающего звена, посредника. Нужно отметить, что эта роль до возникновения масс-медиа была присуща просто коммуникации. Но когда масштабы интеграции в обществе выросли настолько, что межличностная коммуникация уже не справлялась с ними, возникла объективная потребность в массовой коммуникации.

Медиа активно влияют на аудиторию. Под эффектами масс-медиа, как правило, понимают «1) результат, последствие каких-либо причин, мероприятий, действий в сфере производства массовой информации; 2) результативно сильное впечатление, причиной которого было действие любого производителя массовой информации или сам текст, предназначенный для массового информирования» [Мелешенко О.К., Чічановський А.А., Шкляр В.І., 2007: 18]. Ряд ученых считают синонимами результат и эффект коммуникации. Например, С.В.Бориснёв, который рассматривает результат (эффект) коммуникации как изменения в поведении получателя, которые происходят вследствие приема сообщения и проявляются на трех уровнях: изменения в знаниях, установках, действиях [Бориснёв С.В., 2003: 261].

Некоторые ученые воспринимают эффективность коммуникации как соотношение результата от коммуникационного акта к затратам на его получение [напр. Шарков Ф.И., 2003: 225].

На наш взгляд, эффектом массовой коммуникации можно считать любой результат воздействия содержания масс-медиа на знания, настроения, мнения, действия аудитории.

Эффектам масс-медиа посвящено значительное количество научных исследований. В 1948 г. П.Лазарсфельд разработал типологию, основанную на продолжительности влияния на аудиторию: безотлагательное, краткосрочное, долгосрочное, институциональное. Кроме того, он выделил причины этого влияния: отдельная передача, тип программирования, социально-экономическая структура масс-медиа, их технологические характеристики. Всего было выделено 16 типов исследования влияния масс-медиа [Дмитриев Е.И., 2001: 129-130].

По мнению ряда ученых, масс-медиа консолидировали общество с помощью пропаганды. Как писал Г.Д.Лассуэлл, «маленькие, примитивные племена могли объединить своих разнородных (гетерогенных) членов в целое, которое способно бороться, с помощью ударов тамтама или бур-



ного ритма танца... В Большом обществе больше нет возможности сплавить своенравность индивидов в горне военного танца, более новый и более тонкий инструмент должен объединять тысячи и даже миллионы людей в одну монолитную массу... Имя этого молота и наковальни национальной солидарности — пропаганда» [по Петров Л.В., 1976: 121]. Недаром американские социологи А.Хартер и Д.Салливан заявляли, что «пропаганда мощнее бомб». Если рассматривать поведение человека как простую реакцию на внешние стимулы, которыми может быть телевизионная программа, радиопередача или газетная информация, то появляется возможность руководить поведением человека, направлять его реакции, находить нужные стимулы. Конечно же, не все так просто. Человек имеет собственное сознание, информация не действует на него безусловно. В мире в настоящий момент проводятся сотни тысяч экспериментов, главная цель которых выяснить, с помощью каких методов и приемов можно донести информацию к аудитории более эффективно. Результаты таких исследований, которые, как правило, проводятся по заказу правительственных ведомств или рекламных бюро, сразу же широко используются в повседневной работе [Лавровский А., 1978: 12-13].

Как и вся система пропаганды, масс-медиа влияют на сознание людей с целью приблизить его к идеалам, которые близки коммунистам. По сравнению с другими формами пропаганды масс-медиа имеют ряд важных особенностей. Это — широта охвата аудитории, целевая направленность, скорость информационного влияния, мощность, разнообразие форм и методов влияния, доступность, распространенность, динамичность, стабильность [Ганчев Д., 1983: 169].

Нужно обязательно отметить, что в советской и западной социологии и теории массовой коммуникации господствовали разные подходы относительно рассмотрения пропагандистской деятельности масс-медиа. Если у советских исследователей приоритетным был больше теоретический подход к объекту исследования, то на Западе подходили к этим вопросам сугубо прагматично. Так, еще в 1937 г. в Колумбийском университете был основан Институт анализа пропаганды, в котором были разработаны общеизвестные семь средств ведения пропаганды.

1. Метод «добавления эпитетов» (the name calling) — с целью дискредитации идей, планов, отдельных личностей можно давать им такие эпитеты или ярлыки, которые бы вызывали чувство страха, отвращения, ненависти, не прибегая к объективному анализу. В данном случае используется негативный стереотип, который уже имеется у потребителя информации.

2. Метод «красивых общих фраз» (the glittering generalization device) — с помощью красивых слов типа «свобода», «демократия» и тому подобное скрыть или извратить действительную сущность явлений.

3. Метод «народности» (the plain folks device) — использование форм, которые имеют истоки в народных обычаях, традициях, которые подчеркивают связь с народом, «простым человеком».

4. Метод «ссылки на авторитеты» (the transfer device) — с помощью цитат, часто даже вырванных из контекста ссылок на авторитетные источники.

5. Метод «аксиоматической доводов» (the testimonial device) — положение, какое коммуникатор хочет закрепить в сознании аудитории, подается как аксиома, которая не нуждается в доказательствах.

6. Метод «стадного чувства» (the band wagon device) побуждает к определенным действиям, которые выполняют все, чтобы не выделяться среди других членов общества.

7. Метод «тасовки карт» (the card stacking device), то есть выбираются для использования только нужны коммуникатору аргументы. Все другое игнорируется [Ножин Е., 1971: 43-51; Krzysztofek K., 1983].

Многое в сфере исследования особенностей некоторых форм медиавлияния: пропаганды, методов паблик рилейшнс, информационных операций и войн сделал выдающийся украинский исследователь Г.Г.Почепцов. В частности он исследовал коммуникационные стратегии, под которыми понимал эффективные пути достижения коммуникационных целей. Г.Г.Почепцов разделял их на два класса: 1) стратегии подачи информации (выгодную для коммуникатора подачу информации); 2) стратегии получения информации (пути получения необходимой информации). Реализуются эти стратегии в пределах коммуникационных дискурсов. Для успеха стратегии эффективной подачи информации очень важен механизм создания доверия. На степень доверия влияют: 1) репрезентация коммуникатора (как он представлен аудитории); 2) невербальные знаки (одежда, прическа, поведение); 3) статус его или его медиа; 4) ориентация на лидеров мнений; 5) ориентация на определенную социальную группу; 6) ориентация и ссылки на социально-демографические показатели целевой аудитории; 7) ссылки на авторитеты; 8) ориентироваться на наиболее численную группу аудитории. Интересно понимание пропаганды. Г.Г.Почепцов воспринимает церковную пропаганду как расширение идей по пути к «неохваченным», а тоталитарную пропаганду — к уже «охваченным» индивидуумам. С пропагандой тесно связана цензура как селективный отбор в пользу определенного взгляда. А.Гитлер выделял такой принцип тотальной пропаганды как единство коммуникационного процесса. И пресса, и все руководство должны выражать единый взгляд. Альтернативная пресса, по мнению А.Гитлера ведет к гибели государства (аналогичных взглядов придерживался Наполеон, который, по словам Е.Тарле, указывал газетам не только, что говорить, но и о чем молчать). В целом, пропагандистская кампания состоит из этапов планирования, исполнения и оценки. Сходные этапы имеет кампания по продвижению имиджа, т.е. паблик рилейшнс, а также политические кампании. В истории пропаганды фиксируется две возможности влияния, которые носят названия манипуляционная и усилительная теории. Манипуляционная теория была реализована в фашистской Германии, где руководство меняло общественное мнение в зависимости от своих целей. Если говорить об информационном оружии, то оно имеет асимметричный характер, т.е. неадекватность вызова и ответа. Именно это позволяет террористам держать в напряжении целые государства. Причем информационному влиянию больше поддаются развитые страны, т.к. имеют сильную информационную структуру. Модель влияния масс-медиа использует коммуникационный модуль, который состоит из трех частей: 1) привлечение внимания, 2) навязывание проблемы, 3) развязывание проблемы. При этом происходят четыре фазы: 1) осознание; 2) латентная

готовность; 3) событие-триггер (стимуляция события); 4) поведение. При пропагандистском анализе также может использоваться модель изменения источника, когда пропагандист сообщает о событии через источник, авторитетный для целевой аудитории. Существует также модель увеличения влияния сообщения. В этом случае информация берется из другого источника, но ей придается гораздо больше внимания, нежели ранее. Для контрпропаганды можно выделить несколько способов: стратегия запрета (цензуры); стратегия изменения информационно-коммуникационной ситуации (спин-технологии); стратегия замалчивания (отсутствие реакции на нежелательную информацию) [Почепцов Г.Г. Теория..., 1999: 56-58, 100-107, 127-128, 148-152, 161-179, 186-195, 206, 229-232].

Некоторые исследователи считают, что в нашу эпоху постмодерна методы прямой пропаганды уступают свое место методам скрытого влияния, т.е. как пропаганда выступает как вся совокупность идеологически направленного влияния [напр., Мотузенко Б.]. При этом в пропаганде, как и раньше, полностью допускаются все методы искажения правды. С.Г.Кара-Мурза иллюстрирует это положение интересной цитатой из руководства Л.Фразера «Пропаганда»: «В политике слово «правда» означает любое утверждение, лживость которого не может быть доказана» [Кара-Мурза С.Г., 2000: 149].

Но все это касается пропаганды при посредничестве масс-медиа. А как же сама массовая коммуникация влияет на человека и общество в целом? Исследователи отмечают, что современная техника может привести к полному перерождению человека и окружающему среды. Под воздействием массовой коммуникации изменяется духовное лицо человека, ослабляется его индивидуально-личностные принципы. В книге «Культура — наш бизнес» М.МакЛюэн приходит к выводу, что масс-медиа формируют у человека стереотипное мировоззрение, окунают его в «царство молчания и несознательности», «образование не дает человеку ощущения своей индивидуальности», оно безличностное.

По мнению П.Лазарсфельда и Р.Мертон, благодаря массовой коммуникации человек будет лишаться возможности критически мыслить.

Масс-медиа снижают эстетический вкус и культурный стандарт. Это происходит благодаря тому, что масс-медиа создают иллюзию полноты бытия, они подают информацию очень быстро, наглядно, насыщенно. Человек, особенно молодой, не имеет времени, а главное желание обращаться к другим источникам информации, таким как книга или театр. Хотя понятно, что эффективная социальная деятельность в наше время без масс-медиа невозможна.

Именно с помощью масс-медиа у людей формируется ощущение принадлежности к одной нации, государству, социальной общности. Советские авторы, например, В.Борев и А.Коваленко [Борев В.Ю., Коваленко А.В., 1986] противопоставляли тенденции развития и факторы влияния массовой коммуникации на человека, но использовали для этого в основном идеологические доводы.

Исследователи Анненбергской школы обнаружили эффект резонанса при исследовании культивационной роли телевидения. Он возникает между коммуникатором и тяжелыми зрителями и, естественно, приводит к усилению влияния масс-медиа и их роли в обществе [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 188].

Вообще, исследователи много и плодотворно работают над выяснением механизма, силы и причин медиавлияния. В частности, стоит упомянуть концепцию терапевтического удовлетворения потребностей, согласно которой при изучении ожидаемых эффектов необходимо выяснить причины обращения к масс-медиа, т.е. удовлетворение каких типов потребностей ожидают респонденты. Выделяются бегство от рутины и бремени повседневной жизни, эмоциональная разрядка, «нехимическое болеутоляющее средство» (для использования этой функции телерадиоприемники устанавливаются в больницах и санаториях) и т.д. [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 231-232].

В наше время происходит процесс конвергенции между масс-медиа и политической властью. «В телекратичной государственной системе телевизионные студии становятся местом, где делается политика» [Gourevitch J.-P., 1986: 144]. Многие исследователи отмечают процесс сближения представителей политической власти и масс-медиа. Отдельные журналисты или издатели, как Берлускони, идут в политику, а политические деятели, например, Дж.Андреотти по окончании политической карьеры становятся редакторами журналов или политическими обозревателями, как первая женщина — премьер-министр Канады. Это приводит к тому, что «собственно информация тонет в потоке комментариев, оценок и деклараций» [Gourevitch J.-P., 1986: 145]. Французский исследователь Ж.Мерме называет 10 пунктов, которые обуславливают роль масс-медиа в формировании общественного мнения.

1. События, которые освещают в печати, в основном отбираются не по их реальной значимости, а по интересу, который они могут вызывать у публики.

2. Простые, доступные пониманию сюжеты получают преимущество перед сложной информацией, которая требует осмысления.

3. Масс-медиа редко отображают события адекватно действительности. Эти события специально инсценируются, чтобы сделать их ярче. Связь между событиями, как правило, отсутствует.

4. Масс-медиа имеют тенденцию к быстрой мобилизации, мгновенной концентрации внимания на каком-то событии. Это приводит к гипертрофии абсолютного значения этого события в сознании аудитории.

5. Масс-медиа быстро теряют интерес к отдельному событию, создавая при этом иногда ощущение, будто оно вообще не происходило.

6. Значение некоторых органов информации неадекватно размерам их аудитории. Да, «Либерасьон» или «Монд» способны вызывать соответствующую реакцию в других органах массовой коммуникации, осуществляя таким образом не прямое влияние на значительно большее количество людей, чем их собственные читательские аудитории. (Действительно, отдельные издания значительно больше влияют на формирование общественного мнения, чем другие. Но причина этого не только в том, что они вызывают реакцию и огласку своих материалов, как отмечает французский исследователь, но и в ориентированности на «лидеров мнений», т.е. являются качественной прессой).

7. Профессионалы, которые работают в масс-медиа, не презентуют все слои населения. Они, как правило, более образованные, имеют большие прибыли, больше путешествуют, живут в основном в больших городах.

8. Наибольшее внимание уделяется исключительному, сенсационному, ненормальному, негативному в сравнении с общим, нормальным, позитивным.

9. Для анализа и объяснения событий любого рода масс-медиа обращаются за помощью к ограниченному количеству экспертов. Мнения, какие они распространяют, не отражают всей совокупности мнений специалистов в какой-то определенной отрасли.

10. Масс-медиа придают реальности модифицированный, гипертрофированный, деформирован имидж [Mermet J., 1987: 12-13].

Конечно же, автор явно преувеличивает негативное влияние масс-медиа, а некоторые пункты подаются без доказательств. Но обратим внимание на то, что даже те, кто негативно относится к развитию массовых информационных процессов, подчеркивают их большую роль в формировании общественного мнения и развитии общества.

Конечно же, в масс-медиа много недостатков и злоупотреблений. Среди них можно назвать навязчиво повторяющиеся попытки сублимированного воздействия на аудиторию. Эти попытки имеют место в разных странах и, вне зависимости от того, влияют ли они реально на восприятие, являются нарушением прав аудитории и принципов честной журналистики. Есть и более мягкие манипуляции, например, интерактивная система голосования на телевидении. Она создает впечатление о некоей, пусть даже ограниченной репрезентативности. На самом деле эти результаты презентуют только мнение самих позвонивших. Особенно отличается нарушением стандартов журналистской деятельности Интернет. Именно он, в основном, является площадкой вбрасывания дезинформации, сведений, которые нарушают правовые и этические нормы, в частности, право на личную жизнь, честь и достоинство. Опасность такой информации еще и в том, что она после ее появления в Интернете распространяется по обычным каналам массовой коммуникации.

Однако это естественно не означает, что проблем с манипулированием нет в традиционных медиа. Печальный образец государственного вмешательства с целью создания благоприятного мнения за счет ограничения, а иногда и прямого дезинформирования, представляет война в Ираке.

Именно тогда были продемонстрированы и прямая дезинформация (причем и военного и невоенного характера. Например, на слушаниях в конгрессе США свидетельствовала кувейтская девушка, которая представилась как волонтер в больнице кувейтского города Аль-Адан и утверждала, что видела, как иракские солдаты выносили младенцев из инкубаторов роддома просто на бетон, чтобы забрать оборудование. Уже после войны стало известно, что девушку звали Нийра аль-Сабах, она была из королевской семьи и в период конфликта в Ираке была в США как дочь посла. Все представление было подготовлено американской фирмой по публичным отношениям Hill & Knowlton, нанятой кувейтским правительством [Зернецька О.В., 1999: 221]). Кроме того, развитие во время войны в Персидском Заливе получили и формы цензуры. Были созданы специальные пулы журналистов, движение которых управлялось военными. Было четко очерчено, что нельзя изображать (убитых солдат, разбитую американскую технику).

Конечно же, люди уже не воспринимают на веру все, что передают масс-медиа. В западном мире это время ушло раньше (хотя оно было и там, вспомним хотя бы эксперименты с радиоспектаклем по «Войне миров»), в постсоветском пространстве — после распада СССР. Хотя в советскую эпоху пресса была однопартийной и цензурированной, было много зон умолчания, ей верили. Передергивания фактов были, в основном, в области противостояния Востока и Запада (как, впрочем, и в западной прессе). С приходом свободы исчезла не только цензура и табуированные темы, из многих изданий исчезла и ответственность за слово. Появились многочисленные репортажи о гигантских крысах-людоедах, младенцах с двумя головами, лечебной съедобной глине и т.п. И если сначала по инерции такие материалы принимались на веру, то позже население ответило на них отказом в доверии. Однако медиа все равно влияют на мнения аудитории. Происходит это благодаря таким свойствам медиа-информации как актуальность и регулярность влияния. Действительно, медиа пытаются освещать вопросы, которые волнуют аудиторию, а их сообщения о каком-либо событии, явлении, процессе повторяются в той или иной форме по нескольку раз. Успех для товаров и услуг приносит не только прямая, но и непрямая реклама (с этим связан повышенный интерес к «продакт плейсмент»). Сублиминальные методы воздействия особенно опасны, т.к. человек не воспринимает соответствующую информацию как попытку пропаганды или рекламы.

Н.Постман писал, что «телевидение трансформирует само понятие «быть информированным», создавая особый вид информации, который определенно может быть назван «дезинформацией» [Postman N., 1985: 27-34; по Назаров М.М., 2003: 168] (имеется в виду первоначальное определение этого термина, т.е. не ложная, а искаженная информация, которая создает иллюзию знания, на самом деле уводя от него).

Причем медиа мейнстрима всегда выступают на стороне легитимации существующей власти. Прав был Дж.Гербнер, когда писал: «История показывает, что с установлением господствующим классом своего правления, первичной функцией культурных средств становится легитимация и поддержание властей. Сказки и другие драматические научающие истории всегда способствуют укреплению установленного порядка. Их содержание утверждает идею, что нарушение установившихся в обществе правил повлечет за собой неотвратимое наказание. Указание на важность существующего порядка всегда имплицитно присутствует в таких повествованиях» [Carlson J., 1995: 47-55; по Назаров М.М., 2003: 227].

Масштабность масс-медиа выдвигает и ряд проблем. Одной из особенностей массовой коммуникации является невозможность такой корректировки формы передачи сообщения, которая бы учитывала широту и глубину конкретных знаний адресата, индивидуальную специфику его восприятия. Затруднена при этом и обратная связь. Выход находится в ориентации на усредненного члена своей аудитории, то есть той совокупности людей, на которую рассчитано то или другое средство коммуникации. Узнать же о надеждах и ожиданиях аудитории и степени их соответствия содержанию органа коммуникации помогают социологические исследования.

Психология делит процесс восприятия на три фазы: сенсорную (ощущения), перцепцию (познания) и рецепцию (понимания). В науке детально изучаются психофизиологические аспекты воздействия медиа на человека [обзор см.: Поликарпова Е.В., 2002].

Информация, которая проходит через масс-медиа, имеет такие эффекты: утилитарный эффект — удовлетворение от полученной информации, необходимой для решения жизненных и практических заданий; престижный эффект — удовлетворение от информации, которая утверждает те ценности, которых уже придерживается человек; познавательный эффект — удовлетворение от того, что человек в результате общения с масс-медиа чувствует себя хорошо информированным; эмоциональный эффект — удовлетворение эмоциональных чувств человека; эстетический эффект — воспитание эстетических чувств на базе масс-медиа; эффект комфорта — снятие психологического напряжения [Социология..., 1986: 102-104].

Манипуляционное влияние масс-медиа вызвало критическое отношение к их деятельности со стороны многих философов и социологов. Медиа рассматривались ими как манипуляционные по своей природе. Например, Ж.Бодрийяр так оценивал современную коммуникацию: «Мы уже не часть драмы отчуждения, мы живем в экстазе коммуникации. И это экстаз обценного. Обценное — это то, что искажает всякое зеркало, всякий взгляд, всякий образ. Обценное приводит к концу всякой репрезентации. Но оно касается не только сексуального, которое становится обценным в порнографии; сегодня имеется целая порнография информации и коммуникации, иначе говоря, цепей и сетей, порнография всех пунктов и объектов в их читабельности, их текучести, их доступности регуляции, в их принудительной сигнификации, в их перформативности, в их разветвленности, в их поливалентности, в их свободном выражении... Кроме того, это уже не традиционная обценность того, что скрыто, подавлено, запрещено или покрыто тьмой; напротив, это обценность видимого, слишком-видимого, более-видимого-чем-видимое. Это обценность того, что уже не тайна, того, что совершенно растворяется в информации и коммуникации [Baudrillard J., 1983: 130-131].

Нельзя сказать, что журналисты равнодушно относятся к опасностям манипуляционного воздействия масс-медиа. На протяжении истории журналистики были выработаны принципы качественной журналистской работы, которые снижают риск сознательных манипуляций. Например, принцип прецизионности требует от журналистов четкого соблюдения всех деталей, надежности источников информации, отсутствия комментариев в новостях.

В коммуникативистике выделяется ряд эффектов трансляции медиа-информации. В частности, это эффект реальности (возникает по Р.Барту при чувстве полной сопричастности к медиа-информации); отчуждения (противоположность эффекту реальности, когда описанные в медиа события воспринимаются только как постановочные); запоздалой реакции (замедленное проявление успеха после периода как бы сна); пристрастия (различные формы субъективного отношения коммуникатора к описанным событиям); бумеранга (нежелательная реакция на неудачную рекламу либо информационную кампанию); стантинга (отвлечение аудитории от программ конкурентов в пользу собственных

передач); стадности (увлечение каким-либо персонажем, которое имеет характер моды — пошло от изучения эффекта при выступлении политических лидеров с уличных платформ (bandwagon) в сопровождении оркестров и толп сторонников). Хотя, в противовес последнему эффекту, концепция вмешательства переменных величин, предполагает учет индивидуальных факторов при планировании медиа-эффектов (тут особенно учитывается конгруэнтность восприятия) [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 32, 264-265].

Интересным является определение эффективности Б.Берельсона: «определенные виды коммуникации по отношению к определенным темам, привлекая внимание определенных групп людей, при определенных условиях способны оказать определенное воздействие» [по Ситников А.П., Гундарин М.В., 2003: 36]. Таким образом, это определение дает возможность составить формулу определения эффективности:  $X+Y+Z+N=E$ , где  $X$  — виды коммуникации,  $Y$  — темы,  $Z$  — целевые группы людей,  $N$  — условия,  $E$  — воздействие. Конечно же, эта формула носит приблизительный характер, однако показывает характер зависимости эффективности от различных составляющих. А.П.Ситников и М.В.Гундарин попробовали выделить факторы, опосредующие эффективность массовой коммуникации. На их взгляд, это избирательное восприятие, разнообразные аспекты социального окружения, типы групповых реакций, социальные характеристики группы. Исключительную роль в достижении эффектов имеют лидеры мнений в социальных микрогруппах. По мнению Дж.Клеппера, пропаганда оказывает влияние до тех пор, пока следование правилам микрогруппы получает одобрение. Если этого не происходит, индивид переориентируется на ценности той группы, к которой хотел бы принадлежать [Ситников А.П., Гундарин М.В., 2003: 36-41].

При изучении эффектов массовой коммуникации иногда применяется маркетинговая схема, которая состоит из следующих элементов: внимание, информированность, когнитивный эффект (что припоминают и как это выражают респонденты), оценочный эффект (предпочтение и его обоснование), конативный эффект (поведение) [Федотова Л.Н., 2003: 77].

В.В.Ризун предлагает анализировать коммуникативный процесс в функциональном аспекте, т.е. исходит из того, что функцией коммуниканта является установление и поддержка контакта с коммуникатом. По форме это может представлять различные виды влияния на коммуниката, переубеждения, трансмиссии, передачи, объединения, демонстрации и поддержания внимания и т.д. Из этого ученый делает вывод о том, что действенность коммуникативного процесса определяется присутствием согласия между коммуникаторами, а степень взаимопонимания между ними определяет эффективность коммуникации. Конфликт же между коммуникантом и коммуникатом приводит к неэффективности процесса коммуникации. При этом важное значение для восприятия и понимания произведения отводится закону Гумбольта-Потебни об объективности субъективизма читательского восприятия произведения, т.е. имеется в виду, что послание коммуниканта преломляется через духовный мир и представления коммуниката. В.В.Ризун объединяет массовые реакции на журналистские выступления в три типа: исполнения (действия заинтересованных лиц); втягивания (действия тех лиц,



которых публикация касается не прямо, а опосредовано, в том числе изменения в общественном мнении); реакция социальной гарантии (действия властных структур, уполномоченных особ социальных групп и т.д.) [Різун В.В. Теорія...].

На практике для достижения эффекта в журналистике, к сожалению, широко используются манипулятивные технологии, а часто и прямая ложь. Американские исследователи Э.Пратканис и Э.Аронсон делают вывод о том, что информация, которая необходима для участия в демократии, заменяется тривиальными зрелищами. Они выстроили такую модель обработки информации: 1) сообщение должно попасть в фокус внимания; 2) оно должно быть понято и осознано; 3) получатель должен усвоить аргументы и признать их истинными; 4) получатель действует на основании усвоенного знания. Именно эти моменты являются целью работы как журналистов, так и рекламистов и пиарщиков. Кроме того, были выдвинуты четыре страгемы влияния: 1) предубеждение, т.е. создание благоприятного климата для сообщения; 2) доверие к источнику; 3) создание и донесение до аудитории послания, которое фокусирует ее мысли на том, что нужно коммуникатору; 4) возбуждение нужных эмоций и способа реагирования на них. Э.Пратканис и Э.Аронсон собрали значительное количество данных, свидетельствующих о действительности различных видов пропаганды и рекламы, привлечения внимания аудитории и завоевания ее доверия [Аронсон Э., Пратканис Э.Р., 2002].

В целом, большинство ученых, которые занимались исследованием эффектов массовой коммуникации, можно поделить на сторонников двух основных направлений: большого влияния и малого влияния масс-медиа. Для иллюстрации аргументов сторонников первого направления, можно привести случай с радиопостановкой романа Г. Уэллса «Война миров» 30 октября 1938 г., которую осуществил театр «Мекьюри» (постановщик О. Уэллс). Она транслировалась радиостанцией CBS. Действие было перенесено в Нью-Йорк, а сама постановка имитировала репортаж. Несмотря на четыре предупреждения о радиопостановке, сообщения других местных радиостанций, из 6 млн. слушателей 1,7 млн. полностью поверили в происходящее, а 1,2 млн. предприняли определенные действия в связи с угрозой (молились в церквях, выезжали в отдаленные районы) [по Потятиник Б.В., 2004: 261-262]. Кстати, если в американском случае радиостанция приобрела дополнительную известность и обогатилась, то когда через год в Эквадоре вышла испаноязычная версия радиоспектакля дело закончилось бунтом, сожжением радиостанции и гибелью 21 человека [по Аронсон Э., Пратканис Э.Р., 2002: 121]. Как пример подобного воздействия медиа, можно привести сообщение в газете New York Herald от 9 ноября 1874 г. Это была мистификация журналиста Т.Б. Коннери, который подобным образом решил привлечь внимание общественности к слабым мерам безопасности в зоосаде Центрального Парка Нью-Йорка. Журналист написал о том, что хищники вырвались на свободу, число их жертв достигло двухсот, двенадцать хищников так и не отловлены и где они находятся — неизвестно. В конце материала, указывалось, что он является «чистейшей выдумкой» и «не более чем мистификацией». Но многие читатели не дошли до этого предостережения. Некоторые из них вышли на улицы с оружием в руках, чтобы отстреливать сбежавших хищников. Также стоит упомянуть

публикацию о якобы обнаруженной на Луне разумной жизнью, которая была помещена в газете New York Sun в 1935 г. Журналист Р.А. Локк описал открытие некоего британского астронома, который рассматривая Луну через телескоп обнаружил разумную жизнь. В результате тираж издания подскочил до рекордных 19 тыс., а члены библейских женских обществ собрались лететь на Луну для обращения туземцев в христианство [Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 48].

Сторонники второй точки зрения опираются на эмпирические исследования, свидетельствующие о том, что люди принимают решения, опираясь не на материалы медиа, а на советы лидеров мнений. На практике аудитория зачастую делает выводы противоположные тем, которые преподносятся медиа. Например, рейтинги Б.Клинтона не снизились после скандала с М.Левински, который чрезвычайно активно освещался американской прессой. При этом опросы свидетельствовали о недовольстве аудитории методами работы масс-медиа.

В современной науке также еще нет однозначного понимания эффектов массовой коммуникации, их критериев, способов определения и достижения.

Таким образом, масс-медиа являются мощным средством информирования, социализации, легитимации существующих порядков.

## Резюме

Только на первый взгляд кажется, что масс-медиа возникли и существуют как исключительно журналистское явление.

Нужно отметить, что они играют значительно более широкую роль. Исследованиями масс-медиа занимаются философы, политологи, культурологи, филологи, психологи, представители многих других наук. Конечно, в их взглядах много отличного. Это обусловлено тем, что общий объект — масс-медиа — рассматривается с разных сторон. Но есть и общее. Это то, что касается общих закономерностей развития масс-медиа, путей оптимизации их деятельности.

Особое внимание уделяется тому, что масс-медийная реальность становится своеобразным заменителем реальности действительной, и уже действительность начинают воспринимать по стереотипам, которые возникли в результате массовокоммуникационного общения.

Вообще-то среди исследователей масс-медиа много как пессимистов, так и оптимистов. Подчеркивается роль, которую играют медиа в развитии демократии, в осознанном выборе, при решении конфликтов (в случае, если медиа стоит над или в стороне от схватки).

Среди молодых исследователей бытует и мнение о всемогуществе масс-медиа. Например, мнение о том, что «основное место, где происходит борьба за сознание человека, — это средства массовой коммуникации (СМК). СМК формируют отношение к окружающему миру, влияют на общественные стереотипы и человеческое поведение» [Завгородняя Л.В., 2003: 1], конечно же, имеет право на существование. Стоит только учитывать то, что масс-медиа далеко не единственное, не всемогущее и не всеохватывающее средство формирования общественного мнения

(включая организацию дискуссий), выработки стереотипов и стандартов поведения.

Отдельно следует подчеркнуть разногласия в вопросе, что именно следует отнести к масс-медиа. Как правило, под этим термином понимают периодическую прессу, радиовещание, телевидение, онлайн-медиа, хотя есть мнения, согласно которым этот список расширяется во много раз.

Некоторые авторы без достаточных на то оснований добавляют к ним также рекламу, моду, дизайн, народные праздники, художественную самодеятельность, цирк, эстраду [Борев В.Ю., Коваленко А.В., 1986: 21], библиотеки, музеи, наглядную агитацию, театр, митинги, собрания, церковные службы, карнавалы, демонстрации, обрядовые действия [Пряхин М.Н., 1984: 74], кинематограф, книги, шоу-бизнес [Зверинцев А.Б., 1997: 14; по Шеремет А.Н., 2003: 30]. Откровенно говоря, мотивы, по которым эти авторы формируют список масс-медиа, не совсем понятны. Российская исследовательница Е.А.Иванова отнесла к массовым коммуникациям «журналистику с ее разными видами и направлениями; связи с общественностью (PR); рекламу; кинематограф; шоу-бизнес» [Иванова Е.А., 2005: 84]. Думается, это не совсем верно, т.к. происходит смешение разноплановых процессов, институтов, служб.

В связи с большим влиянием масс-медиа особое внимание уделяется независимости деятельности органов печати, радио и телевидения. ЮНЕСКО считает независимой прессу, не зависящую ни от государства, ни от финансово-политических группировок. Такая пресса свободно от внешних влияний анализирует происходящее и подает события со своей точки зрения. Конечно, независимость автоматически не означает полное соблюдение журналистских стандартов, однако служит необходимым условием для качественной работы журналистов.

Независимость также не означает нейтральности. Масс-медиа поддерживают и насаживают определенные ценности и стереотипы. И это изначально не может иметь нейтрального характера (даже если поддерживается, например, стандарт неучастия в политической жизни).

Медиа не просто информируют о событиях и дают площадку для дискуссий, они не просто развлекают и отвлекают от повседневной рутины. Масс-медиа формируют историю и сегодняшний день в том смысле, что именно они дают знания о том, что произошло в окружающем мире, и о том, хорошо или плохо то, что произошло. Коллективная память и коллективное сознание — это в наше время тоже продукт деятельности масс-медиа. Таким образом, медиа формируют мифы и стереотипы, настроения и отношения.

Значение масс-медиа усиливается после перехода общества к информационной стадии развития. При этом медиа как проводники информации приобретают особый статус и место в системе управления обществом. Это положение дополняет фактор зависимости от медиа. Люди привыкли к этому посреднику между ними и реальностью и часто психологически не могут без него обойтись. Обращение к масс-медиа стало для большинства людей такой же насущной потребностью как еда и сон. При возникновении ситуации, когда медиа недоступны, человек испытывает сильный психологический дискомфорт.

Медиа создают и поддерживают систему ценностей и стереотипов. Эти ценности воспринимаются аудиторией (особенно, тяжелыми зрителями) и становятся основой общественного консенсуса. Естественно, медиа сами не продуцируют ценности. Однако специфика конкретных видов масс-медиа влияет и на ценности, и на формы их представления. Конечно же, масс-медиа не заменяют других форм коммуникации и других социальных институтов (кроме маргинальных случаев, например, Интернет-зависимости), однако в информационном обществе их роль увеличивается. Особенно сильное влияние наблюдается в сфере культурных и политических предпочтений.

Это дало повод некоторым исследователям говорить о медиакратии, ситуации, когда медиа приобретают реальную власть над процессами выработки общественного мнения и последующих волевых решений. Это сильно повлияло на поле политики, привело к ее медиатизации. Политические события и кампании стали планировать как медиа-шоу, на медиа стали ориентироваться в построении своих выступлений политики. Изначально медиа играли присущую им посредническую позицию между политиками и населением. Политики могли доносить через медиа свои «месседжи», а медиа информировало их об общественных настроениях. Однако в последнее время позиция медиа стала более активной. Особенности подачи медийного материала стали диктовать политикам формы его представления. В целом, процесс медиатизации или шоуизации политики привел к кардинальным изменениям в ходе политических кампаний. Осознание влияния медиа проявляется и в том контроле, который устанавливают за их деятельностью в авторитарных обществах. Причем если раньше это был прямой цензурный контроль, то теперь власть предпочитает действовать через приобретение наиболее раскрученных медийных брендов. Политики и власть в авторитарных странах по-прежнему видят в масс-медиа не партнера, а удобный инструмент влияния на общество. Именно поэтому в таких странах не возникают структуры общественного телевидения, а деятельность независимых или нежелательных медиа (если они присутствуют) ограничивается средствами судебного или административного влияния.

Кроме прочего, масс-медиа являются высокодоходным видом бизнеса (естественно, речь идет только о тех медиа, которые успешно действуют в условиях рыночной экономики). Основные деньги тут зарабатывают на рекламе и собственно продаже информационного продукта, хотя есть и ряд дополнительных источников дохода.

Невзирая на технический прогресс в массовой коммуникации, в результате чего значительно растет мощность и радиус действия масс-медиа, потребности общества в получении информации растут еще быстрее и полностью удовлетворить их масс-медиа не могут. Значение массовой коммуникации растет еще и потому, что расширяется спектр их функций. Газеты, радио, телевидение и т.д., как свидетельствуют данные исследований, глубоко пронизывают всю жизнь общества и активно влияют на развитие как отдельного человека, так и любой отрасли его деятельности. То есть мы наблюдаем процесс, когда масс-медиа уже не удовлетворяются своей ролью воспитателя, учителя или организатора, а все более активно действуют в сфере социального управления. Значение масс-медиа тем выше, что они при всех своих достоинствах

еще к тому же являются и высокоприбыльными (конечно, в обществе с нормально функционирующей экономикой). Здесь можно говорить не о массовых коммуникационных процессах в частности, а об информационном секторе экономики в целом.

Большие и очень интересные проблемы возникают при исследовании просветительской функции масс-медиа. Одни исследователи считают, что масс-медиа, особенно аудиовизуальные дают начало новой эпохи образования, что весь цикл от ликвидации неграмотности к получению университетского диплома можно перевести на соответствующие масс-медиа. Другие, напротив, говорят о том, что теперь общество кормят суррогатами и стереотипами, и что люди, особенно молодежь, гораздо меньше читают, ходят в театры и музеи, а те, кто особенно зависит от телевидения, более склонные к поддержке официальной точки зрения и меньше обнаруживают свою индивидуальность.

Такая же широкая дискуссия идет и относительно проблемы развития культуры в современную эпоху. С одной стороны, масс-медиа способствуют интеграционным процессам в культуре, с другой, многие исследователи считают, что они несут гибель мировой культуре.

Коммуникатора, на наш взгляд, целесообразнее определить как лицо или группу лиц, которые влияют на содержание массовой коммуникации. Таким образом, идет смещение от процесса производства информационного продукта в сторону результата. Именно содержание процесса массовой коммуникации, с одной стороны, соединяет коммуникатора и аудиторию и, с другой, приводит к определенным эффектам. При этом к коммуникаторам можно отнести творческий коллектив редакций, топ-менеджмент и владельцев масс-медиа.

При всей важности этого субъекта отдельные исследователи сильно преувеличивают его роль. Так, Е.И.Дмитриев, цитируя слова Р.Максвелла и Р.Мэрдока о том, что они жестко управляют редакциями, делает вывод: «в журналистике сейчас доминирует порядок, давно утвердившийся в мировой практике, где выстроена жесткая зависимость по линии: собственник — издание — общественное сознание и поведение». И далее: «роль журналистики как социального института сейчас в огромной степени производна от социальной активности владельцев СМИ, т.е. общество лишилось механизмов контроля над журналистикой» [Дмитриев Е.И., 2001: 4]. На самом деле нет оснований делать столь категорические и катастрофические выводы. Большинство собственников, в том числе и Р.Мэрдока, прежде всего интересуется прибылью от их медиа, а не контент (об этом, в частности, свидетельствуют формы контрактов с топ-менеджментом). Кроме всего прочего общество никогда не имело никаких иных форм контроля за медиа (за исключением общественного вещания), кроме как покупка либо игнорирование информационного продукта. И если некоторые исследователи говорят о диктате аудитории, то имеется в виду именно свобода в обращении либо в отказе от обращения к тому или другому медиуму. Снижение целевой аудитории означает финансовый провал, с которым владелец может смириться только в том случае, если медиа действует не как элемент рынка, а как инструмент политического влияния.

Адекватно выглядят формулировки аудитории, как стойкой совокупности людей, объединенных общими информационными потреб-

ностями. При этом идет оживленная дискуссия между теми, кто видит аудиторию как собрание пассивных реципиентов, и теми, кто рассматривает аудиторию как активного участника процесса коммуникации, который активно влияет на его контент.

В целом, аудитория массовой коммуникации имеет гетерогенный, анонимный для коммуникатора, рассредоточенный (по территории) характер.

Для деятельности человека характерно и необходимо общение. В процессе общения осуществляется передача информации, то есть возникает коммуникация. Но массовой коммуникацией можно считать только те случаи, когда информация передается от коммуникатора через специально созданные каналы (газеты, радио, телевидение и тому подобное) на массовую и расположенную в разных местах аудиторию. Именно эти характерные признаки нужно считать параметрами при определении принадлежности к масс-медиа новых видов коммуникации.

Важной особенностью процесса массового общения являются использование машин, технологических процессов, разных технических приспособлений, которые дают возможность быстро собирать, обрабатывать, выпускать и распространять информацию в массовом масштабе на большой территории и почти одновременно. Этому служат новейшие достижения электроники, ротационной техники и тому подобное. Большой прогресс технических средств массового общения имеет значение не только для духовного контакта людей, но и для развития экономики.

Термин «массовая коммуникация» употребляется как в отечественной, так и в заграничной литературе неоднозначно. Им определяют как минимум три явления: 1) процесс передачи и распространения информации на массовую аудиторию, 2) собственно информацию, 3) масс-медиа.

Масс-медиа можно определить как специальные социальные институты, которые занимаются сбором, обработкой и распространением социальной информации. Нужно отметить, что это необязательно только технические средства. Последние играют очень важную роль в процессе коммуникации, что обусловило, в частности, концепцию М.МакЛюэна, но все-же организуют работу этих средств, вносят творческий компонент в процесс массовой коммуникации, направляют его сами люди.

Если подойти к структуризации масс-медиа, исходя прежде всего не из процесса получения, обработки и распространения информации, а из тех средств, которыми пользуются в этом процессе, то следует отметить постоянный прогресс техники сбора, обработки и передачи сообщений. Конечно, это связано с научно-технической революцией и, прежде всего, с прогрессом в отрасли компьютерных технологий. Наиболее этот прогресс касается телевизионной техники. Это и создание многочисленных домашних видеосистем, что в принципе дает возможность отнести к масс-медиа видео, и работа искусственных спутников, которые обслуживают телевидение, и цифровая обработка видеоизображения, которая позволяет существенно улучшить его качество, и успехи кабельного телевидения, в частности, оптико-волоконная технология, и многое другое. Общая тенденция научно-технического прогресса в отраслях масс-медиа свидетельствует о том, что в ближайшем

будущем компьютерные технологии войдут в еще больший контакт со всеми масс-медиа.

При рассмотрении процесса передачи информации или инфопроцесса важно выделить главные этапы возникновения и прохождения информации. В целом верную схему предложили некоторые ученые.

Она включает в себя: 1) источник информации, который порождает сигналы, которые несут какое-то сообщение; 2) кодировка сообщения для передачи по каналу связи; 3) передача по каналам связи; 4) декодирование сообщения; 5) разные операции по переработке сообщения; 6) выдача сообщения абоненту.

Нужно только сделать ряд уточнений. Прежде всего, они касаются источника информации. Под ним нужно понимать не только коммуникатора, но и события, которые вызвали потребность в коммуникации. Притом последний этап — это не выдача информации абоненту, то есть аудитории, а все же еще и тот эффект, который вызвала информация, то, как она сработала.

Характеристика понятия «информация» очень и очень важна, потому что именно через сбор, обработку и распространение информации осуществляется профессиональная журналистская деятельность.

Именно информация служит содержанием коммуникации, которое связывает в единственную цепочку коммуникатора и аудиторию.

Основное задание массовой информации — это отражение действительности. Причем здесь играет роль не только объект, но и субъект отражения. То есть содержание информации зависит не только от объективной реальности, но и от того, на какую аудиторию направлена коммуникация. Нужно прибавить к этому списку также установки коммуникатора, характер каналов коммуникации и тому подобное.

Важным элементом массовой коммуникации являются тексты. Все тексты (конечно, имеются в виду тексты, которые проходят через масс-медиа) можно объединить по цели. Эта цель — передача информации. Причем нужно снять ограничение на устное вещание. Оно также является текстом (на телевидении, радиовещании) и его нужно изучать вместе с газетно-журнальными текстами. Так как цель создания текста достигается языковыми средствами, то при его изучении не обойтись без лингвистики.

При анализе текстов нельзя также забывать о психологическом моменте, ведь автор текста всегда человек со своими привычками и установками. Важным является также исторический аспект, потому что, как говорил Карлейль, мы в настоящий момент ни одного слова Гомера не понимаем так, как его понимал сам автор. Историческая обстановка, языковые параллели, целиком понятные современникам могут поставить в тупик исследователя из другого времени или места.

При анализе журналистского текста важным является элемент темы, то есть того аспекта социальной действительности, который нашел отражение в данном конкретном тексте. Кроме того, безусловно, важным является то, какими каналами массовой коммуникации передаются конкретные тексты. Специфика канала непосредственно отражается на специфике текста. Разными также являются тексты и в жанровом плане, не говоря уже о таких моментах как индивидуальный авторский стиль.

# 3

## **Теории и модели массовой коммуникации**



**Часть III. «Теории и модели массовой коммуникации»** посвящена рассмотрению основных теоретических подходов к изучению и объяснению процесса массовой коммуникации. Также много внимания уделено основным моделям массовой коммуникации.

**3.1. Теории массовой коммуникации**  
(с. 218 – с. 417)

**3.2. Модели массовой коммуникации**  
(с. 418 – с. 457)

### 3.1. Теории массовой коммуникации

#### Методология изучения массовой коммуникации

Сначала нужно разобраться в самом термине «методология». Невзирая на то, что этот термин употребляется уже достаточно давно, окончательно его содержание еще не определено. Большинство западных исследователей вкладывают в это понятие исключительно утилитарное содержание. Так, в «Словаре социальных исследований», изданном за редакцией П.Лазарсфельда и М.Розенберга, методология «означает, что конкретные исследования тщательным образом анализируются со стороны использованной ими техники, сделанных предвидений и форм их организации. В этом значении методологический анализ создает основу для будущего развития философии социальных наук» [The language..., 1962: 4]. Подобных взглядов придерживаются Г.Беккер и А.Босков: «Методологию можно определить как принципы организации и исследования, нормы, с помощью которых избираются и оформляются процедура и техника» [Беккер Г., Босков А., 1961: 218]. Этот подход верно отметила Г.М.Андреева: «Для современных социологов-эмпириков является характерной сведение методологии к методике, к простой совокупности технических приемов» [Андреева Г.М. Проблемы..., 1965: 21]. В последнее время такие тенденции стали проявляться и у отечественных исследователей. Так, в «Социологическом справочнике» под методологией исследования принималась «стратегия научного поиска, которая опирается на осознание заданий, метода или методов его проведения, программных установок, ценностных характеристик, нормативов и регуляторов теории предметной отрасли, которая изучается... Методология включает методы, методику и технику исследования» [Социологический справочник, 1990: 198]. Для советских исследователей, в основном, присущим было утверждение о более широком понимании методологии познания. Г.М.Андреева считала, что «методология вообще и есть философским методом осмысления действительности» [Андреева Г.М. Проблемы..., 1965: 21], «применения методов мировоззрения к процессу познания» [Андреева Г.М. Современная..., 1965: 181], В.А.Ядов писал, что «методологией называют систему принципов научного анализа исследования» [Ядов В.А., 1987: 24], Д.Ф.Козлов и В.К.Липинский дали еще более краткое определение: «Методология — это философское учение о методе» [Козлов Д.Ф., Липинский В.К., 1989: 28]. Подобный подход у Е.П.Прохорова: «Методология представляет собой учение о сущности, системе и способах применения методов, которое используется в той или иной сфере деятельности и обеспечивает полноту и решение заданий, которые стоят перед этой сферой» [Прохоров Е.П., 1982: 8]. Как видим, все эти определения имеют противоречивый характер, хотя среди них есть и кое-что общее. В нашей работе мы будем понимать под методологией научную теорию, которая служит основой для проведения конкретного исследования. При этом имеются в

виду не какие-то узкие положения, а теории среднего уровня, которые презентуют достаточно общие взгляды на объект исследования в целом, связи в этом объекте и закономерности его функционирования.

Выделяют еще понятия метода как пути научного познания. В основном, под ним понимают «разработанный в науке способ познания действительности» [Ковалев А.Г., 1972: 21] или «путь познания, который прокладывается на основе совокупности ранее полученных знаний (принципов) [Овсянников В.Г., 1989: 4]. «Философская энциклопедия» определяла метод как «форму практического и теоретического освоения действительности, которая исходит из закономерностей движения изучаемого объекта» [Философская энциклопедия. Т. 3, 1964: 409]. Авторы «Словаря-справочника по социологии» считают, что социологический метод — это «сборное понятие, характеризующее онтологические и методологические установки социолога, которые реализуются в процессе социологического исследования и ведут к расширению и углублению сферы социологического знания [Голофаст В.Б., 1991: 267].

По их мнению, социологический метод состоит из нескольких элементов: «области применения; процедуры применения метода; инструментария (если он есть); критериев оценки правильности применения метода и достоверности полученных результатов» [Голофаст В.Б., 1991: 270]. Есть еще несколько подходов к определению понятия «метод». Научным методом считают «некоторую внутреннюю закономерность движения человеческого мышления, которое взято как субъективное отражение объективного мира и сознательно, планомерно используется в качестве орудий объяснения и изменения мира» [Павлов Т., 1962: 498], «своеобразный аналог законов существования, который выражает диалектико-противоречивые отношения субъекта и объекта в процессе общества-исторической практики. Подобно орудиям труда, метод представляет собой, с одной стороны, продукт, с другой, средство активной целесообразной человеческой деятельности» [Методика и техника..., 1969: 22]. Существует также взгляд на метод, как на «определенный путь, способ, прием решения любого задания теоретического, практического, познавательного, педагогического, бытового характера» [Андреев И.Д., 1979: 227]. Или как на «регулятивные нормы или правила, в соответствии с которыми можно автоматически действовать» [Рабочая книга социолога, 1983: 466].

М.В.Мостепаненко рассматривает взаимосвязь между методом и методологией: «Метод — путь познания, который опирается на некоторую совокупность полученных ранее общих знаний (принципов)... Методология — учение о методах и принципах познания. Поскольку метод связан с предыдущими знаниями, методология, конечно, разделяется на две части: учение об исходных основах (принципы) познания и учения о способах и приемах исследования, которое опирается на эти основы» [Мостепаненко М.В., 1972: 18].

Некоторые ученые, например, Р.Декарт, метод определяют как систему соблюдения определенных правил: «Под методом... я понимаю точные и простые правила, строгое соблюдение которых всегда препятствует принятию лживого за истинное и без чрезмерной траты умственных сил, но постепенно и непрерывно увеличивая знание, способствует потому, что ум достигает истинного познания всего, что ему

доступно» [Декарт Р., 1950: 89]. Близкое к этому определение из «Практикума по прикладной социологии»: «Метод — это способ действий, который сложился в практической деятельности» [Практикум..., 1987: 4]. Там ученые различают такие группы методов: прикладных социологических исследований; социальной ориентации; социального проектирования; обучения. В методе выделяется три группы элементов: нормативная, инструментальная и процедурная. Средством ориентации в методе являются нормы. Содержание метода — это его процедуры [Практикум..., 1987: 5-8].

Близкий к этому и такой взгляд: «Метод... — это совокупность принципов, которых нужно придерживаться для получения нового знания о существующей действительности» [Методика..., 1975: 8]. Выделяют такие основные методы сбора первичных данных: опрос, наблюдение, исследование содержания документов, эксперимента [Волович В.И., 1973: 15-19; Об'ект..., 1967: 17-19; Рензина И.М., 1977]. Развитие метода не является самоцелью. Оно служит решению научных заданий и именно при этом происходит процесс его совершенствования [Методы..., 1977: 5]. Есть разные рассуждения и о роли метода, включая с ироническими. Например, Дж.Бернал писал, что «изучение научного метода идет значительно медленнее, чем развитие самой науки. Ученые сначала находят что-то, а затем уже — как правило, безрезультатно — рассуждают о способах, которыми это было открыто» [Бернал Дж., 1956: 21].

В.Г.Гречихин так построил ряд «метод-методика-техника-процедура»: «Метод... — это способ построения и обоснования системы знания. Методика социологического исследования — это сумма частных приемов, которая позволяет применить тот или иной метод к данной специфической предметной области с целью накопления и систематизации эмпирического материала. Техника социологического исследования — это совокупность специальных приемов, цель которых — наиболее рациональное использование того или другого метода... Процедура социологического исследования — это последовательность всех познавательных и организационных действий, способ организации исследования» [Гречихин В.Г., 1988: 31].

Е.П.Прохоров выделил два метода — изучения и изложения. Метод изучения, с его точки зрения «это система приемов познания явлений действительности, при применении которых публицист приходит к пониманию рассматриваемых явлений в сущностных чертах и свойствах, раскрывает его природу, закономерные черты его функционирования и развития, связи и отношения с другими явлениями... Метод изложения — это система приемов представления аудитории материала, который получен в ходе познания» [Прохоров Е.П., 1982: 9]. Другая исследовательница журналистики, Г.В.Лазутина определяла метод как «систему научнообоснованных действий, направленных на решение определенных заданий» [Лазутина Г.В., 1988: 41].

Отдельно нужно сказать о методике и технике исследований. Они не являются «автономною сферой научной деятельности» [Вопросы..., 1975: 6], и их выбор зависит от цели, глубины разработки, ресурсов исследования. Методику, как правило, определяют, как совокупность приемов [Кропотов Л.А., 1976: 11; Копнин П.В.: 1984; Зотов И., 1973: 13-14] или еще более точно «совокупность приемов и средств, с помощью

которых осуществляется данная работа, в т.ч. процесс познания» [Методика и техника..., 1968: 75]. В словарях указывается, что методика — это «средство адаптации общих теоретических и методологических принципов социологического исследования к уникальным особенностям конкретной исследовательской ситуации...» [Маслова О.М., 1991: 163]. Или как «применение метода к конкретному вопросу исследования» [Ковалев А.Г., 1972: 21]. Задание методики — «разработка некоторого алгоритма исследовательской деятельности в конкретных условиях, с определенным объектом, с использованием обусловленной системы средств и тому подобное» [Еркин А.Г., 1985: 15-16]. Она должна отвечать набору правил: «1. Результат, достигнутый при анализе, может быть воспроизведен другим исследователем. 2. Все исходные данные, предположения и оценки представляются в наглядной форме и доступны для проверки. 3. Правила должны быть достаточно надежные и с большей достоверностью обеспечивать получение результата. 4. Правила должны быть экономными, способными давать результат с наименьшими расходами средств и времени» [Долныкова Р.Н., 1986: 132]. Болгарский исследователь Н. Стефанов разделяет методику и технику таким образом: «Если методика представляет систему правил, которые регулируют порядок, то есть очередность и последовательность осуществления соответствующих операций и применения того или иного технического приема, то техника — это совокупность самих приемов, с помощью которых проводится исследование» [Стефанов Н., 1967: 148]. А Дж.Маккини писал, что «техника отличается от процедуры как специальная операция установления фактов или манипулирования с ними, которая выделена из основной процедуры» [Беккер Г., Босков А., 1961: 219].

Выделяют еще понятия техники как «совокупности операций по установлению фактов и манипуляции ими», процедуры, как «общей формы или системы действий при исследовании» [Андреева Г.М. Проблемы..., 1965: 15], измерение, как «процедура приписывания чисел значению признака» [Паниотто В.И., Максименко В.С., 1982: 9]. Если говорить об общих научных принципах сбора информации, то к ним, как правило, относят: а) правильное понимание специфики социальной информации, б) научный подход к источникам информации, в) системный характер сбора, г) выражение социальной информации в показателях и индикаторах» [Методологические..., 1985: 130].

Мы рассмотрим основные теории массовой коммуникации. Еще раз подчеркнем, что имеются в виду именно теории среднего уровня, а не «рабочее обозначение набора эмпирических знаний и экспериментальных данных и гипотез, которые в большинстве случаев не проверены и не создают систему» [Пруха Я., 1974: 287], или «набор идей различного статуса и происхождения, которые могут объяснить или интерпретировать любое явление» [MacQuail D., 1987: 4; по Бакулев Г.П., 2005: 7]. Приступая к анализу разнообразных теорий массовой коммуникации, нужно сразу согласиться с замечанием Ю.А.Сорокина: «Основные понятия теории массовой коммуникации остаются плохо определенными и многозначными» [Сорокин Ю.А., 1985: 49].

Если говорить о методологии как о сложной системе теорий, то нужно разделить два вида теорий. Это, во-первых, когнитивные или метатеории о тех или иных аспектах познавательного процесса в науке.

Эти теории составляют гносеологическое направление в методологии конкретной науки. Во-вторых, теории об объектах, которые не входят в процесс человеческого познания. Это онтологическое направление в методологии.

Значение методологии заключается в том, что она дает общее направление проведения конкретного исследования, является его теоретической основой. От методологии во многом зависит успех исследования. Дело в том, что ошибочная методология может направить исследование в неверном направлении, и тогда ни одна методика не поможет стать на верный путь. Хотя здесь, конечно, нельзя согласиться с теми, кто считает методологию простой «совокупностью тех общих принципов и методов, которые используются в научном исследовании в той или иной отрасли науки, независимо от того, насколько точно они сформулированы, и сформулированы ли вообще» [Ворожцов В.П., Москаленко А.Т., 1986: 10]. Следует сразу же подчеркнуть, что мы не будем сводить методологию к каким-то конкретным методикам, как это принято на Западе, а отводим ей самостоятельную и важную роль.

Для правильного определения понятия «методология» большое значение имеет разграничение методологии и теории методологии.

В данном случае отличие очень большое. Если метод является собой аналог, то есть отражение предмета, то теория метода выясняет сущность и специфику определенных методов, границы и возможности его приложения и тому подобное. Для определения предмета теории методологии социологии массовой коммуникации нужно ответить на три вопроса: что это за теории, которые составляют методологию социологии; каким образом организуются принципы методологии; какой путь для самого эффективного практического использования методологии в процессе научного исследования. Другими словами, здесь несколько закономерностей. Закономерности, которые определяют содержание методологии, закономерности построения методологии как системы и закономерности практического ее использования. Так сложилось, что теория методологии решает, прежде всего, вопрос содержания методологии. Вообще, методологию можно разделить на общую (занимается общими методами научной работы) и конкретную (рассматривает особенности отдельных наук) [Котарбинский Т., 1963: 610]. Другие ученые предлагают деление методологии на общую (для всех общественных наук), частную (для разных типов научных знаний) и специальную (для отдельных наук) [Стефанов Н., 1967: 139-162].

Российская ученая Н.Н. Богомолова выделяет медиационные и человекоцентрированные теории в массовой коммуникации. При этом в медиационных теориях исследуются в основном социальные функции массовой коммуникации, а в человекоцентрированных — аудитория, реципиенты массовой коммуникации [Богомолова Н.Н., 1991: 29; по Ситников А.П., Гундарин М.В., 2003: 16].

Другая российская исследовательница В.П. Конечкая попыталась выделить основные проблемы массовой коммуникации: 1) обоснование ее сущности и функций; 2) механизм обратной связи; 3) моделирование массовой коммуникации; 4) роль социологических доминант; 5) влияние массовой коммуникации на социальную нормативность речи; 6) специ-

фика основных каналов массовой коммуникации [Конецкая В.П., 1997: 217; по Шарков Ф.И., Родионов А.А., 2003: 21].

В теории массовой коммуникации часто используется термин «парадигма». Под ним понимается «комплекс теоретических принципов, принятых в качестве модели, образца для классификации исследуемых средств, форм и систем информационных связей» [Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика..., 1999: 159-160]. Интересно сравнить его с определением теории, как ряда взаимосвязанных утверждений, позволяющих систематизировать знания, объяснить и предвидеть явления социальной жизни и поколение новых исследовательских гипотез [Faia M.A., 1986; по Ритцер Дж., 2002: 17] или как высшей, самой развитой формой организации научного знания, дающая целостное представление о закономерностях и связях определенной области действительности [Философский..., 1983: 676; по Бакулев Г.П., 2005: 7]. Российская исследовательница Л.М.Землянова выделяет парадигмы аутопойезиса (информация рассматривается как процесс самопроизводства в эко- и ноосферах, а коммуникация как важнейшая стабилизирующая сила, которая, с одной стороны, является неотъемлемой частью социальной организации, а с другой, ее создает), контроля (традиционная концепция, предусматривающая манипулятивное управление сознанием со стороны масс-медиа), открытой системы (рассматриваются атрибуты аудиовизуальных медиа, такие как интерактивность, транзактивность, эволюционность, ориентация на процессы развития электронной устности и восприятие новаторских тенденций), сетевой конвергенции (коммуникационные процессы рассматриваются как серии конвергирующих циклов информационных обменов, участники которых стремятся к взаимопониманию и согласию). Выделяются также парадоксы коммуникаций и разнообразия. Первый заключается в возможности некоммуникабельности коммуникаций. То есть общество состоит из множества самостоятельных систем со своими жизненными импульсами и информационными связями (в экономике — жажда обогащения, в политике — власти). Моральные узы при этом пропадают, а коммуникации становятся некоммуникабельными. Второй парадокс представляет один из возможных результатов информационной революции. С развитием информационной индустрии и увеличением объема информации ее качественное разнообразие может снизиться. Также выделяется парадокс: глобализация создает локализацию. Он состоит в том, что чрезмерная глобализация создает препятствия к получению сведений о непосредственном месте обитания личности. Это ведет к стремлению подчинить медиа интересам местных общин и культур. К этому парадоксу примыкает теория открытости и закрытости, которая возникла в результате влияния и оперирует терминами информатики. Закрытыми тут считаются замкнутые этнические и религиозные сообщества, для которых характерно настороженное отношение к медиа и новым информационным технологиям. Открытыми считаются общественные формации активно воспринимающие новую информацию, несмотря на опасность информационных перегрузок и возможностью возникновения кризисных ситуаций [Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика..., 1999: 160, 228-229].



Вообще, чуть ли ни каждый исследователь коммуникаций пробует составить собственные теории развития и функционирования массовой коммуникации. Причина тут, по-видимому, и в научных амбициях, и в слабой исследованности вопроса. Однако существует больше сотни теорий, которые выдержали проверку временем и представляются объяснение функционирования различных составляющих процесса массовой коммуникации (американский ученый Андерсон только при анализе семи учебников по теории коммуникации насчитал 249 теорий [Василик М.А., 2004]). То есть единой теории массовой коммуникации не существует, и в ближайшее время вряд ли появится комплекс научных знаний, позволяющих достаточно полно объяснять и позволять прогнозировать развитие и функционирование такого сложного процесса как массовая коммуникация.

В целом, в общих чертах повторяется история с развитием социологии. Часть исследователей придерживаются в своих теоретических изысканиях принципов и методов, характерных для точных наук. Множество не только теоретических положений, но и терминов заимствуются из физики, химии, биологии. Другая часть исследователей считают, что массовая коммуникация как часть общественной деятельности не позволяет буквально следовать за точными науками и пробует открыть новые закономерности, опираясь на это.

При этом с возникновением новых явлений в области медиа немедленно появляются теории, которые могут их объяснить. Чаще всего позже они уступают место иным теориям, которые лучше интерпретируют те или иные тенденции и явления.

Если смотреть на историю развития коммуникации, то принято выделять три революции. Первая связана с появлением и развитием письменности. Хотя часть ученых считают, что она произошла около 40 тыс. лет назад и связана с развитием языка как основного средства общения людей. Вторая — это по меткому выражению Г.М.МакЛюэна, революция Гутенберга. То есть использование печатного станка для тиражирования информации. Третья — появление электронных медиа. При этом, по мнению структуралистов, первая революция создала письменные символы, вторая — трансформировала их в печатные, а третья — в электронные. В Новом времени выделяют также модернистский и постмодернистский циклы развития медиа (в основном это характерно для сторонников социологического направления). Для модернистского этапа, начавшегося в конце XIX в. характерен центростремительный характер, приведший к созданию общенациональных медиа. Постмодернистский этап (со второй половины XX в.) характеризуется центробежными силами, т.е. под влиянием глобализации преобладают не национальные, а общепланетарные интересы. Конфликт при этом переходит от пространственной к временной сфере (конфликт поколений). Также характерным для этого периода представляется гомогенизация вкусов [Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика..., 1999: 130-131, 162, 239].

Российский ученый Г.П.Бакулев понимает под теорией «прежде всего средство обобщения..., набор взаимосвязанных конструкций (концепций), определений и гипотез, создающих упорядоченную картину явлений через уточнение отношений между переменными» [Баку-

лев Г.П., 2005: 31]. При этом он выделял нормативные, общественно научные, функциональные и здравого смысла теории.

Швейцарские ученые Г.Бонфаделли и В.Геттеншвилер считали, что в социальных науках, в отличие от естественных, нет общепризнанных методологических подходов. Они разделили три основных направления развития: 1) марксистская или историко-диалектическая система ориентирована, по мысли исследователей, на узкое соотношение теория-практика, что ведет к отсутствию нейтральности и объективности социальной науки; 2) феноменология и герменевтика особое внимание уделяют принципиальной разнице в предмете социальной науки: личности и обществе, что касается медиа, то тут существуют интересные исследования их содержания как культурного продукта; 3) эмпирически-аналитический подход к социальным наукам присущий, прежде всего, американским исследователям и характеризующийся во многом общими подходами к изучению природы и общества [Бонфаделли Г., Геттеншвилер В., 2001: 255-257]. В последнем случае явно имелся в виду неопозитивизм. Действительно, в социологии и других социальных науках уже на новом уровне продолжается дискуссия между наследниками феноменологической и позитивной школы.

Необходимо согласиться с тем взглядом, что собственно коммуникационные теории возникли как реакция на вызовы времени. «Ее (теории коммуникации) возникновение было связано с необходимостью рефлексии по поводу собственной деятельности представителями средств массовой коммуникации в условиях «информационного взрыва», что обусловило преобладание в этой сфере знания журналистов и лингвистов, а также выбор в качестве теоретического обоснования общенаучных принципов информационного подхода» [Василькова В.В., Демидова И.Д., 2000: 348]. Конечно, не стоит преувеличивать значение чисто гуманитарного подхода к теории коммуникации. Она была и остается порождением кибернетического подхода к исследованию общественных явлений. Не случайно многие модели массовой коммуникации явно ведут свое происхождение от исследования линий связи.

Были в истории теории коммуникаций попытки создания единой теории. Ф.И.Шарков писал, что «первый объединительный подход к рассмотрению теории коммуникации базируется на классической позитивистской методологии субъектно-объектных диспозиций. Он представлен концепциями структурного функционализма (Г.Спенсер, Т.Парсонс, Р.Мертон); системного подхода (Ч.Дарвин, К.Маркс, Н.Луман, отеч.-Афанасьев В.Г., Гвишиани Д.М.); информационного общества (Д.Белл, Н.Луман, М.МакЛюэн, Д.Масунда, М.Понятовский, П.Серван-Шрайбер, А.Тоффлер, А.Турен, Ю.Хабермас, М.Хоркхаймер); технологического детерминизма (Т.Веблен, Д.Белл; отеч. — Кравченко С.А., Титаренко Л.Г.); компьютерной футурологии (А.Тоффлер, Э.Шумахер, С.Мендловиц, Р.Фолк, Г.Гендерсон; отеч. — Араб-оглы Э.А., Бестужев-Лада И.В.) и др. Онтология социальных коммуникаций в данном подходе основывается на системных связях и функциях. Коммуникативные технологии ставят задачу сконструировать желаемые образ определенного субъекта и социальные связи в системе. В управленческом аспекте данный подход можно сравнить с принципом классической кибернетики, который предполагает жесткий контроль за поведением системы, при котором

исключаются все ненужные взаимосвязи» [Шарков Ф.И., 2003: 167]. Конечно, подобное объединение страдает эклектичностью (как, впрочем, и само определение теории коммуникации: «система основных идей в коммуникативистике, дающая целостное представление о тех или иных закономерностях или существенных взаимосвязях» [Шарков Ф.И., 2003: 215]). Необходимо согласиться с мнением, что «никакой «теории коммуникации» путем суммирования знаний, накопленных в разных научных дисциплинах, вырастить нельзя. «Теория коммуникации» не может состоять из разделов, заимствованных из антропологии, искусствознания, педагогики и т. д. Чтобы познать сущность и структуру универсума социальной коммуникации в целом, требуется не суммирование, а обобщение знания, добытого антропологией, искусствознанием, педагогикой, историей и т. д. Такое обобщение, т. е. получение нового знания путем критического анализа, сопоставления, оценки, систематизации частных фактов и концепций, свойственно не теории, а метатеории, или обобщающей теории» [Соколов А.В., 2002].

Удачно определил состояние теории коммуникаций К.Розенгрэн «область коммуникации выглядит так, как будто разделена на несколько изолированных лягушачьих прудов. Между ними не слышно дружеского кваканья, очень мало продуктивного общения, мало случаев успешного перекрестного оплодотворения» [Rosengren К.Е., 1993; по Василик М.А., 2004]. Таким образом, на сегодняшний день еще нет достаточных предпосылок для создания целостной теории коммуникации.

Теория коммуникации играет выдающуюся роль в современной жизни. Она позволяет объяснить процессы массовой коммуникации, которая приобрела особое значение в процессе глобализации (собственно глобализация не могла бы осуществляться без массовой коммуникации).

Под вопросом остается название и предмет самой науки о коммуникациях. По мнению Д.П.Гавры, она должна включать: общую теорию коммуникации, межличностную и деловую коммуникации, теорию массовой коммуникации, теорию организационной коммуникации, коммуникационный менеджмент, историю коммуникаций, методы коммуникационных исследований, теорию кросс-культурных коммуникаций, теорию вербальной и визуальной коммуникации, политическую экономию и экономию коммуникаций, коммуникативные исследования, международные и глобальные коммуникации, теорию виртуальных коммуникаций и т.д. М.А.Василик предлагает называть науку о коммуникациях коммуникологией (хотя сам термин появился еще в начале 1980 г. в книге Э.Уитмора «Медиаамерика. Форма, содержание и влияние массовых коммуникаций» [по Соловьев А., 2005: 94]), определить ее как науку о месте и роли коммуникаций в обществе, о коммуникационных системах, структурах и процессах, закономерностях их развития и функционирования. Центральными проблемами этой науки, по мнению российского ученого должны быть объяснение коммуникативной природы социальной реальности; определение механизма коммуникативных связей, коммуникативного взаимодействия в различных коммуникативных системах, структурах и процессах; уяснение сущности «коммуникативных систем», механизма и закономерностей их самоорганизации, упорядочения и эволюции; проблема структурирования коммуникативных систем в обществе; определение

места и роли коммуникации в обществе; определение и характеристика основных этапов развития коммуникаций; концептуальные подходы, основные теории и модели коммуникаций; формы, уровни и виды коммуникаций и др. [Василик М.А., 2004].

Истоки теории массовой коммуникации попробовал проследить В.М.Березин. По его мнению, она вызревала в философии Аристотеля, Д.Локка, Т.Гоббса, социологии и психологии Г.Тарда, Г.Лебона, А.С.Выготского, Т.Адорно, Г.Лассуэлла, Г.Маркузе, М.Хоркхаймера, П.Лазарсфельда, Р.Мертон, Ю.Хабермаса, С.Московичи, А.Менегетти, теории информации и кибернетики Н.Винера, К.Шеннона, С.Бира, культурологии и эстетики восприятия М.Бахтина, А.Моля, Ю.Лотмана, теории журналистики. Особо подчеркивал исследователь роль философии Т.Гоббса, который рассматривал познание и мышление как процесс коммуникации по преимуществу. Т.Гоббс выделял «метки», т.е. объекты, которые являются материальными формами реализации духовного (напр., слово). Также Т.Гоббс ввел понятие «знака», который делает информацию доступной и полезной не только определенному индивидууму, а и всему обществу. В.М.Березин выделяет два историко-концептуальных подхода к понятию теории массовой коммуникации. Первый идет от изучения общения первобытных людей через обусловленное производственными потребностями развитие коммуникационных средств. Второй обусловлен изучением феномена наращивания коммуникации. Особое внимание тут уделяется понятию «публика» [Березин В.М., 2003: 18-22].

Коллективное действие, а, следовательно, и интеракцию членов социальных групп рассматривает теория действия [Баум А., 2011: 469 и далее]. Вообще, термин «действие» ввел в социологию Э. Дюркгейм, который в своей работе «Метод социологии» определил виды действий как социологические факты, если они в коллективном смысле выражают «общее действие». М. Вебер считал, что действие занимает центральное место в социологии. Теории действия интересуют не общество как статичный феномен, а процессы преобразования в общественное.

Также исследовалась и роль Г.Тарда, одного из первых социологов, который исследовал коммуникационные процессы (на звание первого претендует и немецкий социолог М.Вебер, который в 1910 г. выдвинул целостную программу изучения прессы). Он объяснял происхождение общества развитием социально-коммуникационной деятельности в форме подражания. То есть сначала новаторы совершают открытия, а потом другие люди подражают новаторам и утверждают новые орудия, отношения, социальные институты. В социальной психологии много для исследования коммуникационных процессов сделали основатели символического интеракционизма Дж.Мид и Г.Блумер, которые изучали взаимодействие посредством символов, т.е. вербальными и невербальными действиями, обладающими определенным смыслом. Благодаря символической интеракции люди обменивались знаниями, духовными ценностями, образцами поведения, осуществляли функции управления. Коммуникационную деятельность исследовал и П.А.Сорокин, который считал, что «Взаимодействие людей по своей природе есть, прежде всего, взаимодействие психическое, — обмен чувствами, идеями, волевыми импульсами» [Сорокин П.А., 1920: 16; по Соколов А.В., 2002].

Американские ученые выделяют четыре рамочные теории коммуникации и две базовые модели убеждения. Теории коммуникации включают в себя структурный функционализм (структура общества обеспечивает его стабильность, формы передачи информации зависят от общества и способствуют его равновесию); теория эволюции (общественные изменения обусловлены законами природы и массовая коммуникация развивается, отвечая на потребность в ней аудитории благодаря развитию технологий); общественный конфликт (общество развивается благодаря борьбе между группами с конкурирующими целями, масс-медиа являются активными участниками этой борьбы); теория инструментализма (масс-медиа создают картинку действительности исходя из ограниченного количества источников, поэтому общество и личность создают собственные картинки действительности). Моделями убеждения является социокультурная парадигма (интерпретация социальных и культурных переменных, которые дают личности возможность представлять реальность) и психодинамическая модель (предусматривает, что эффективное сообщение приводит к адекватным действиям личности) [Ньюсом Д., Тёрк ВанСлайк Д., Крукеберг Д., 2001: 250-251].

Немецкий ученый Ф. Кротц выделил четыре типа теорий медиа [Кротц Ф., 2011: 473, и далее]. Первая группа состоит из медиа-теорий, которые имеют интуитивное обоснование или основываются на элементарных особенностях. Вторая представляет теории, представляющие общее определение масс-медиа и последствий их функционирования. К третьей относятся теории медиа, которые являются дочерними к базовым социологическим теориям. В четвертую включены новейшие теории медиа. Первая группа исходит из того, что медиа являются носителем информации. Тут или рассматриваются особенности отдельных видов масс-медиа, или анализируются общие признаки отдельные их видов, а также функциональная типология медиа. Примером таких теорий являются теория радио Б. Брехта, телевидения Г.М. Энциенсбергера или теории кино З. Кракауэра. Также к этим теориям относится деление медиа на первичные (без использования техники, например, язык), вторичные (где техника используется только на этапе производства, например, газета) и третичные (где техника используется как при производстве, так и при восприятии информации, например, телевидение). Во второй группе теорий медиа и их роль в культуре и обществе рассматривается комплексно. Примером такой теории служит медийно-историческая теория Г.А. Инниса, взгляды Г.М. МакЛюэна, Н. Постмана, В. Беньямина. К третьей группе принадлежат множество теорий, основывающихся на марксизме (например, работы представителей Франкфуртской школы), теории систем (Н. Луман), эспиритически-функционалистские теории (например, К. Шеннон и У. Уивер) и т.д.

Занимались проблемами методологии массовой коммуникации и советские ученые. Так, Ю.П.Буданцев критиковал позиции западных коллег, прежде всего Г.М.МакЛюэна за техницизм и недооценку живых, естественных средств коммуникации. В качестве методологии изучения массовой коммуникации он выдвинул системный, конкретно-исторический подход. Его основным положением является то, что возникновение и развитие средств массовой коммуникации синхронно развитию общества, причем определяющим является именно обще-

ственное развитие. Массовую коммуникацию Ю.П.Буданцев понимал как широкое поле общения при помощи естественных средств (их он делил в зависимости от типа общественно-политической формации), а на последнем этапе и технических средств. Развитие массовой коммуникации неотделимо от раскрепощения человеческих «сущностных сил» [Буданцев Ю.П., 1979; Березин В.М., 2003: 22-23].

Известный украинский ученый Г.Г.Почепцов условно разделил науки, которые занимаются коммуникацией на пять подходов: традиционный, общетеоретический, прикладной, филологический, а также психологический и социологический подходы. К традиционному направлению относятся науки, которые давно разрабатывают тему коммуникаций. Это герменевтика, которая занимается пониманием текста, его правильной интерпретацией; гомилетика, объединяющая теологию и коммуникацию; риторика как искусство влияния при помощи говорения, философия и логика; теория аргументации. Общетеоретический подход представлен теорией коммуникации, объединяющей концепции, базирующиеся на рассмотрении общих вопросов коммуникации; теория массовой коммуникации; семиотика, которая занимается знаковым аспектом коммуникации. Прикладной подход олицетворяет психоанализ, при помощи коммуникации дающий возможность выяснить подсознательное; теория перформанса; деловая коммуникация; теория информации (математическая); теория коммуникативных обменов (Г.Г.Почепцов предложил это название, чтобы объединить рассмотрение разных типов обмена информацией). Филологический подход представляет лингвистика, изучающая формы, в которые оформляется коммуникация; семантика, изучающая значение языковых единиц; социолингвистика, которая исследует соотношение социальных и языковых структур; психолингвистика, занимающаяся поисками эквивалентов коммуникационных процессов в психике; паралингвистика, изучающая процессы, которые сопровождают коммуникацию и прагматика [Почепцов Г.Г. d, 1999: 31-40].

С.В.Бориснёв предложил свою типологию теорий массовой коммуникации. По его мнению, ее изучение проводилось в трех аспектах: теоретическом, прагматическом и экспериментально-прикладном. Теории поделены на три группы. К первой, в которой коммуникация понимается как политический контроль, выражение концентрации политической власти, относятся две подгруппы. Теории первой подгруппы рассматривают материально-экономические факторы. К ним относятся теория массового общества или теория массового отвлечения с ее положением о взаимодействии авторитарных и властных институтов общества, и масс-медиа интегрированных в эти структуры; политико-экономическая теория Г.Мердока и П.Голдинга с марксистскими положениями об экономических и политических факторах, влияющих на медиа; критическая теория М.Хоркхаймера, Г.Маркузе, Т.Адорно, представляющая неомарксистский подход. Вторая подгруппа, в которой доминирует идеологический подход, представлена теориями гегемонии масс-медиа Н.Пулантзаса и Л.Альтюссера и советской социологической школой в области массовой коммуникации. Во второй группе теорий собраны концепции, построенные на базе структурного функционализма. Медиа тут рассматриваются как самоконтролирующая и самоорганизующая подсистема, которая функционирует по определенным

правилам. В третьей группе представлен социокультурный подход. Это поздняя Франкфуртская школа с Т.Адорно и Г.Энценбергером, Бирмингемская школа (С.Холл), теоретические взгляды Г.МакЛюэна и А.Моля. В отдельную группу выделены теории информационного общества Д.Белла и других, а также социопсихология (А.У.Хараш), которая занималась проблемой обратной связи) [Бориснёв С.В., 2003: 23-28].

Вообще, теория массовой коммуникации понималась как составная часть гносеологии, а ее направления — смежными и взаимодействующими с социологией, культурологией, журналистикой, историей, философией, психологией, лингвистикой, кибернетикой, информатикой. Сама теория активно использовала научный аппарат и методологию этих наук. В.М.Березин отмечал три «камня преткновения» на пути становления теории массовой коммуникации в России. Это 1) вопрос, откуда вести теорию масс-медиа: от первобытности (экстраполяция) или книгопечатания (интраполяция). 2) Споры идут вокруг вопроса, что является общим, а что особенным — коммуникация или информация. 3) Актуальным остается вопрос, должна ли теория массовой коммуникации вобрать в себя теорию журналистики [Березин В.М., 2003: 35-36]. Как еще одну иллюстрацию к последнему положению, можно привести взгляд белорусского исследователя Е.И.Дмитриева, который искусственно разделяет социологию массовой коммуникации и социологию журналистики и считает их «абсолютно самостоятельными теориями среднего уровня» [Дмитриев Е.И., 2001: 10]. По-видимому, эти проблемы связаны с долгим разрывом между исследованиями в СССР и на Западе в области гуманитарных наук. К сожалению, в СССР этот процесс был полностью идеологизирован, что помешало прагматическим исследованиям, которые проводились на Западе.

## Изучение эффектов массовой коммуникации

Эффективность массовой коммуникации занимает важное место в ее изучении. Действительно, важно понять пути достижения наивысшей эффективности, с тем, чтобы с наименьшими усилиями на организацию коммуникации и создание контента, достигать целевой аудитории и получать необходимый результат. Эффектами, как правило, называют факторы, которые приводят к изменениям мнений и установок людей, и возникающие под воздействием массовой коммуникации. Часто приводятся такие определения эффектов: «Эффект является следствием процесса коммуникации. При этом в сознании индивида происходит то, что без акта коммуникации не происходило бы» [Piatila V., 1975; по Назаров М.М., 2003: 83] или «Масс-медиа в чем-то иногда влияют на некоторых людей» [Schramm W., Lyle J., Parker E.B., 1961; по Лалл Дж., 2002: 93].

Исследователи, как правило, говорят о трех фазах исследования эффектов. На первой считалось, что эффекты имеют всемогущий характер, а аудитория, фактически, является беззащитной перед медиа. Для этого этапа характерны теории волшебной пули (magic bullet) и подкожной инъекции (или шприца) (hypodermic needle). Первая представ-

ляет собой убеждение, что масс-медиа являются высокоэффективным оружием, их информация — пулю, а аудитория — это неподвижная мишень, которая не может ни уклониться, ни защититься от этой пули. Но и тут, как верно указывает Н.В.Костенко [Соціологія, 2005: 222-226] в научном мире не было единообразия. Европейские исследователи, под влиянием примеров нацистской пропаганды, значительно скептичнее, нежели их заокеанские коллеги, относились к способности личности селективно принимать медиа-информацию. Вторая теория описывала действие масс-медиа аналогичным подкожной инъекции, когда организму трудно сопротивляться действию введенного препарата (т.е. происходит так называемая индоктринация — заражение определенной доктриной). По Г.Лассуэлу, это происходило вследствие того, что медиа заменяют разрушающиеся в условиях современного общества межличностные связи. Важной особенностью всеислия медиа было то, что все представители аудитории — социальные атомы — одинаково реагируют на содержание масс-медиа. Конец этим верованиям положило эпохальное исследование П.Лазарсфельда «Выбор народа». После этого появились теории о том, что люди без труда отражают влияние масс-медиа. Но, после того, как маятник качнулся в эти две крайние позиции, пришла третья фаза, где признаются значительные возможности медиа в области оказания влияния на поведение людей и детально исследуются то, как и при каких условиях люди поддаются или избегают этого влияния.

Первая модель базировалась на 1) успехе пропаганды во время первой мировой войны; 2) расцвете индустрии паблик рилейшнз (особенно, в США); 3) моделях установления тотального идеологического контроля над обществом. Вторая модель опиралась на: 1) пропаганду во второй мировой войне (которая велась не на отдельные атомы личности, а на групповые характеристики); 2) новые теории общества (они подчеркивали значение социальных характеристик человека); 3) выборочное восприятие (личность склонна избегать информации, которая противоречит ее установкам) [Почепцов Г.Г. Теорія..., 1999: 26-27].

В принципе, выше приведено общепринятое деление на этапы исследования эффектов массовой коммуникации. Но можно это сделать и по господствующим теориям, как у Л.М.Земляновой. В дотелевизионный период (30-40 гг.) исследовались, в основном, пропагандистские функции печати. Позже исследования стали более многоплановыми. Можно выделить исследования связанные с бихевиористикой, культивационным анализом. Новейшей тенденцией можно назвать исследования медиаэкологии [Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика..., 1999: 226].

Дж. Брайант и С. Томпсон так иллюстрируют периодизацию изучения моделей воздействия масс-медиа.



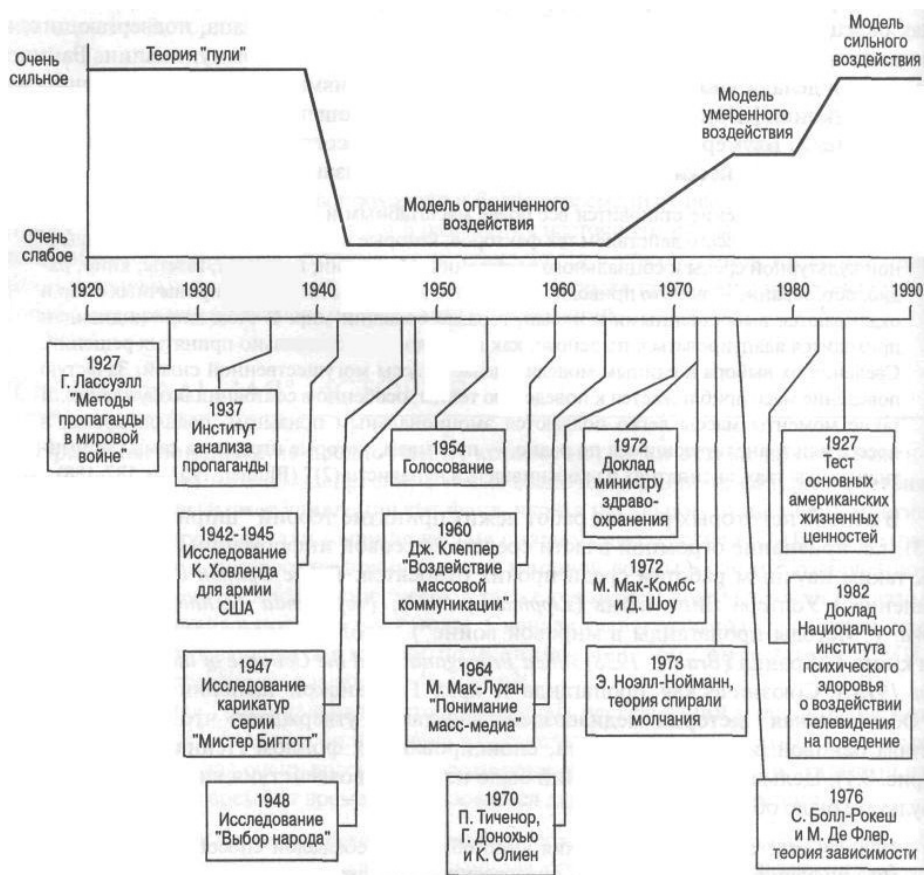


Рис. 3.1. Первые исследования, например, те, что спонсировались фондом Пейна, занимались проблемой воздействия кино на детей. [по Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 56].

Кроме того, они свели наиболее значимые исследования эффектов масс-медиа в таблицу.

**Хронология**Модель **теории «пули»**

1927	
	Работа Г. Лассуэлла ( <i>Lasswell, 1928</i> ) <i>Propaganda Technique in the World War</i> («Методы пропаганды в мировой войне»). Основанная на докторской диссертации автора, эта работа анализировала содержание пропагандистских материалов Первой мировой войны, выделяя различные методы пропаганды
1937	Институт анализа пропаганды. Формирование этого научно-исследовательского института было реакцией на общественную обеспокоенность пропагандистским внушением через средства массовой информации. Многие боялись, что какой-нибудь злой гений, например, А. Гитлер, может добиться влияния в США, наводнив средства массовой информации своей пропагандой. Проводились научные исследования, целью которых было установить воздействие пропаганды

Модель **ограниченного воздействия**

1942-1945	Исследования Карла Ховленда для армии США. Ховленд и его коллеги изучали воздействие пропаганды в рамках исследований, проводимых Отделом армии США по вопросам информации и образования. В ходе контролируемых экспериментов Ховленда изучались изменения мотивации солдат, которым показывали учебные или пропагандистские фильмы. Исследования показали, что просмотр подобных фильмов не повышал мотивации солдат
1947	Исследование карикатур серии «мистер Бигготт». В своей работе Э. Купер и М. Ягода изучали психологическое воздействие карикатур, высмеивающих предрассудки. Вместо того, чтобы менять отношение людей, карикатуры только укрепляли уже сформированные взгляды, предвзятые или непредвзятые
1948	<i>Выбор народа</i> . В 1940 году, во время избирательной кампании Франклина Делано Рузвельта и Уэнделла Уилки, П. Лазарсфельд, Б. Берельсон и Х. Годэ ( <i>Lazarsfeld, Berelson &amp; Gaudet, 1948</i> ) изучали факторы, определяющие выбор избирателей в округе Эри, штат Огайо. Они обнаружили, что межличностные контакты оказывали более сильное воздействие на выбор избирателей, чем СМИ. Информация, переданная средствами массовой коммуникации, достигала влиятельных граждан, так называемых «лидеров общественного мнения», которые, в свою очередь, передавали эту информацию другим людям. Этот процесс был назван двухступенчатым потоком коммуникации

1954	<i>Голосование</i> . В 1948 году, когда на президентское кресло претендовали Гарри Трумэн и Томас Дьюи, Б. Берельсон, П. Лазарсфельд и У. Мак-Фи ( <i>Berelson, Lazarsfeld &amp; McPhee, 1954</i> ) провели опрос избирателей в городе Эльмира, штат Нью-Йорк. Опрос показал, что СМИ оказали незначительное воздействие на выбор избирателей. Как выяснилось, личное влияние (межличностные контакты) было решающим фактором, определяющим выбор избирателей
1960	Монография Дж. Клаппера <i>Effects of Mass Communication</i> («Воздействие массовой коммуникации»). Эта классическая работа представляет собой обзор нескольких сотен научных работ по проблеме медиавоздействия. Вывод — СМИ оказывают ограниченное воздействие

#### Модель умеренного воздействия

1964	Книга М. Мак-Люэна ( <i>McLuhan, 1964</i> ) <i>Understanding Media</i> («Понимание масс-медиа»). Канадец Маршалл Мак-Лухан предложил новый взгляд на массовую коммуникацию. Он считал, что воздействие СМИ определяется не содержанием информации, а средством ее подачи как таковым. Другими словами, воздействие происходит на самом фундаментальном уровне, изменяя модели восприятия и мышления
1970	П. Тиченор, Г. Донохью и К. Олиен. Эти исследователи постулировали «гипотезу разрыва в знаниях». Согласно данной гипотезе, «по мере увеличения притока массовой информации в социальную систему группы населения с более высоким социально-экономическим статусом, как правило, получают эту информацию быстрее, чем группы с более низким социально-экономическим статусом, так что разрыв в знаниях между этими группами стремится скорее к увеличению, чем к снижению» ( <i>Tichenor, Donohue &amp; Olien, 1970, p. 159-160</i> )
1971	Доклад министру здравоохранения. В докладе сообщалось, что существует причинно-следственная связь между просмотром телепередач, включающих сцены насилия, и последующим агрессивным поведением, но «любая причинная связь такого рода распространяется только на некоторых детей (тех, которые предрасположены к агрессии)» «действует только в определенной среде» ( <i>Surgeon General's Scientific Advisory Committee on Television and Social Behavior, 1972, p. 11</i> )
1972	М. Мак-Комбс и Д. Шоу ( <i>McCombs &amp; Shaw, 1972</i> ). Эти ученые провели первое исследование в рамках гипотезы подбора сообщений. Гипотеза постулирует, что подборка тематики для выпусков новостей влияет на представление аудитории о важности событий

1973	Теория спирали молчания. Согласно Э. Ноэлл-Нойманн ( <i>Noelle-Neumann, 1973</i> ), люди стараются скрывать свои взгляды и убеждения, если они противоречат мнению большинства (теория довольно сильного медиавоздействия). СМИ — инструмент формирования господствующего общественного мнения
1976	Теория зависимости С. Болл-Рокеша и М. Де Флера ( <i>Ball-Rokeach &amp; DeFleur, 1976</i> ). Данная теория подчеркивает связь между общественной системой, СМИ и аудиторией. Теория утверждает, что степень зависимости аудитории от средств массовой информации определяется индивидуальными различиями получателей, масштабом социальных беспорядков или конфликтов, а также количеством и централизацией информационных функций, которые выполняются масс-медиа

### Сильное воздействие

1983	Доклад Национального института психического здоровья о воздействии телевидения на поведение. Этот доклад представлял собой обзор научных исследований по проблеме телевизионного насилия. Была обнаружена очевидная связь между просмотром сцен насилия и последующими проявлениями агрессии у детей и подростков. «Конечно, не все дети становятся агрессивными, но взаимосвязь между насилием и агрессией не вызывает никаких сомнений. В абсолюте телевизионное насилие так же непосредственно связано с агрессивным поведением, как и любая другая изменяемая поведенческая характеристика, которую когда-либо изучали» (NIMH Report on Television and Behavior, 1983, p. 28)
1984	Тест основных американских жизненных ценностей. Фундаментальное исследование С. Болл-Рокеша, М. Рокеша и Дж. Грубе ( <i>Ball-Rokeach, Rokeach &amp; Grube, 1984</i> ) показало, что люди пересматривают свои ценности, убеждения и модели поведения, если в таковых обнаруживаются несообразности. Воздействие просмотра испытуемыми 30-минутной телепередачи о жизненных ценностях было довольно сильным

[Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 58-59].

Как правило, предметом исследования эффективности масс-медиа является влияние журналистских материалов на «знания, установки и способы поведения» [Кепплінгер Х.М., Ноель-Нойманн Е., 2007: 53]. Позже к этому перечню присоединилось изучение влияния на эмоции. При этом существует такая иерархия: легче влиять на изменение знаний, потом идут мнения, потом — установки и способы поведения. При этом изменению способов поведения должно предшествовать изменения в знаниях, мнениях и установках [Кларпер J., 1960: 43-52; по Кепплінгер Х.М., Ноель-Нойманн Е., 2007: 53].

Достижение эффективности осложняется тем, что медийные сообщения не обрабатываются потребителями полностью. Происходит селективная обработка и восприятие. Тут принято выделять три фазы:

докоммуникативная (выбор определенного медиа), коммуникативная (выбор материалов внутри этого медиа) и послеккоммуникативная (реципиент вспоминает только о некоторых материалах). Д. Сирс и Д. Фридман считают, что причинами селективности являются возможность пользоваться медиа, однозначность его редакционной линии, индивидуальная полезность медийных предложений и система ценностей реципиента [Sears D.O., Freedman J.L., 1967; по Кепплінгер Х.М., Ноель-Нойманн Е., 2007: 53]. Объяснить особенности селективных подходов позволяет теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера, а сам этот подход используется как подтверждение положений ряда западных ученых (в частности, Д. Клеппера) об усиливающую роль медиа (т.е. медиа не изменяют установки и мнения, а только усиливают те, что уже имеются). Широко известно в связи с этим высказывание Дж. Клеппера: «Медиа не изменяют установки, они лишь усиливают их» [Klapper J., 1966]. Кстати, он считал, что медиа-эффекты определяет не содержание, а так называемые медийные факторы. Изучение селективности медиа также связано с именем П. Лазарсфельда, который разработал соответствующие правила в своем знаменитом исследовании «Выбор народа». Конечно же, теория селективности не означает (особенно на второй фазе), что реципиент не будет знакомится с материалами, которые не отвечают его установкам. Об этом, в частности, свидетельствует исследование немецкого ученого В. Донсбаха о влиянии политических установок на выбор статей для чтения в газетах [Donsbach W., 1991]. По результатам этого исследования был сделан вывод, что читатели отдают предпочтение материалам с консонантной информацией. Однако они не последовательны в отклонении материалов с диссонансной к их взглядам информацией. На уровне использования также происходит асимметрия: диссонирующая информация используется менее селективно, т.е. читатели, которые поддерживают определенного лидера, следят за негативными материалами о нем так же внимательно, как и те, кто относится к этому лидеру отрицательно. Естественно, журналисты активно влияют на селекцию аудитории. На телевидении и радио возможно влияние путем выпуска передач в прайм-тайм, использование известных имен и т.д. В газетах это определенное размещение материала (последняя и первая страницы, на открытие и отлет), использование цвета, иллюстраций, больших и сенсационных по смыслу заголовков, линеек, плашек и т.д. [Кепплінгер Х.М., Ноель-Нойманн Е., 2007: 60-61].

Революционные изменения в понимание процесса влияния масс-медиа внесло исследование под руководством П. Лазарсфельда «Выбор народа» («The People's Choice») [Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H., 1944]. После этого в кругах исследователей возникло мнение, что медиа не оказывают существенного влияния на настроения аудитории. Позже это мнение было опровергнуто в результате многочисленных исследований. Конечно же, связь между селективностью и эффективностью воздействия медиа существует, однако она не прямолинейная, а опосредованная многими факторами.

Большой вклад в исследовании эффектов принадлежит К. Ховленду. После Второй мировой войны он руководил программой «новой научной риторики». Исследования должны были дать ответ на вопрос: как строить сообщение, чтобы оно было убедительным для аудитории. В

частности, исследовалось какое сообщение более эффективно: одностороннее, т.е. то, в котором указываются только аргументы в пользу пропагандируемой точки зрения, или двухстороннее, где изложена и позиция оппонентов. Выяснилось, что для сторонников пропагандируемой точки зрения лучше давать односторонние сообщения, для противников — двухсторонние. В этом случае они могут включиться в коммуникационный процесс, считая, что коммуникатор занимает дружественную или нейтральную позицию. Также выявилась зависимость от образования аудитории: более образованная аудитория лучше воспринимает двухсторонние сообщения, менее образованная — односторонние. Особенно важно упоминать о противоположной точке зрения в период конфронтационных кампаний. Аудитория все равно ознакомится с точкой зрения оппонентов из их материалов. В этом случае упоминание этих доводов может иметь эффект иммунизации. Кроме того, рассматривался вопрос, какие сообщения эффективнее: те, которые аудитория получила в начале дискуссии или в конце. Если сообщение пришло в начале, когда реципиенты еще не выработали своих установок по поводу рассматриваемого вопроса, бесспорно первичная информация более эффективна. Неоднозначны результаты относительно того, когда надо употреблять наиболее сильные аргументы: в начале дискуссии или в конце. Ученые пришли к выводу, что со слабо заинтересованной аудиторией сильные аргументы нужно употреблять уже в начале кампании, чтобы вызвать интерес. Далее, эксплицитной или имплицитной должна быть аргументация? То есть лучше прямо говорить о желаемом результате или он должен только подразумеваться. Рекомендуются давать выводы эксплицитно, причем часто не в конце, а в начале сообщения, чтобы люди знали, что от них хотят и какую пользу они от этого получают. Исследования также показали гораздо большую эффективность сообщений с эмоциональной аргументацией по сравнению с аргументацией рациональной. Интересным является также вопрос о том, какая степень аргументации более эффективна: та, которая вызывает слабую боязнь или сильную. Результаты исследований оказались неоднозначными. Повидимому, эффективность этих типов сообщений зависит от особенности их восприятия разными группами респондентов. Большое влияние на степень доверия к сообщению играет источник информации. Исследователи сходятся на том, что доверие к источнику автоматически переносится на доверие к сообщению. При этом, однако, не стоит забывать о спящем эффекте. Через какое-то время (три-четыре недели) источник информации забудется, а отношение к ней освободится от этого фактора. Таким образом, ссылки на источник информации особо эффективны непосредственно перед принятием какого-либо решения. К.Ховленд выдвинул так называемую Йельскую модель коммуникации. Она заключается в обязательном изменении отношения индивида при трансформировании его мнения. На базе когнитивной парадигмы Г.Лассуэлла К.Ховленд построил модель обработки информации, в которую входит источник, сообщение, аудитория и реакция аудитории. В целом, для эффективности общения, считал американский ученый, требуется внимание, понимание, принятие и запоминание. Запоминание, по мнению К.Ховленда, происходит неравномерно. Сначала, после получения информации, процесс забывания интенсивен, но затем он замедляется. С

течением времени сумма запомнившейся информации может увеличиться. Если сообщение повторить три-четыре раза, то запоминание улучшается, но если чаще, то может быть эффект бумеранга. Эти исследования продолжил С.Хендерсон. Он сделал выводы, что 1) плохое также хорошо становится привычкой, как и хорошее; 2) повторяющиеся сообщения имеют больший эффект; 3) уникальные сообщения запоминаются лучше; 4) легче узнать сообщение при его повторении, чем вспомнить его; 5) знание результатов улучшает запоминание сообщения; 6) повторение эффективней, если связано с чувством принадлежности и удовлетворения; 7) сообщения запоминаются быстрее, если они не вступают в противоречие с имеющимися взглядами; 8) новая модель поведения может прийти в противоречие с запоминанием другой информации [Henderson Britt S., 1969: 46-48; по Ньюсом Д., Тёрк ВанСлайк Д., Крукеберг Д., 2001: 262-263]. Одним из умеренных критиков модели К.Ховленда был У.МакГуайр. Он считал, что в Йельской модели недостаточно разработана связь между пониманием и принятием. В отличие от К.Ховленда, У.МакГуайр сосредоточился не на источнике, а на получателе сообщения, от личности которого зависит как понимание и принятие сообщения, так и убеждение в целом. В его интерпретации модель выглядела таким образом: получение содержания сообщения и согласие с тем, что понятно. Только в этом случае сообщение будет эффективно. Кроме того, У.МакГуайр ввел понятие ожидаемых и неожиданных влияний. Еще один критик, Э.Гринвальд был несогласен с тезисом как К.Ховленда, так и У.МакГуайра о том, что человек получает когнитивную информацию из содержания сообщения. Он считал, что люди не получают ничего непосредственно из сообщения, а создают собственное скрытое сообщение, которое соответствует первоначальному. Интересные исследования групповой динамики убеждения принадлежат К.Левину. Т.е. люди пытаются приспособить свое толкование сообщений к принятым в их социальной группе нормам, а группа, стремясь к единообразию, оказывает на них определенное давление [Ньюсом Д., Тёрк ВанСлайк Д., Крукеберг Д., 2001: 260-261]. У. МакГуайр выдвинула матричную модель коммуникации/убеждения. Эта модель объясняла эффект убеждения через действие входных и выходных переменных. Входные переменные контролируются отправителем информации. Это 1) источник, 2) сообщение, 3) получатель, 4) канал, 5) контекст. Выходные переменные контролируются получателем информации. Это 1) интенсивность потребления информации, 2) внимание к ней, 3) заинтересованность, 4) понимание, 5) усвоение, 6) принятие, 7) запоминание, 8) восстановление, 9) принятие решения, 10) действия, 11) закрепление нового поведения, 12) утверждение новых установок. При развитии этой модели некоторые исследователи предложили теорию когнитивного ответа. Они считали, что потребитель не просто принимает новые установки после усвоения новой информации. Принятие зависит от когнитивного ответа на сообщение, т.е. на обдумывании новой информации. Т.е. приоритетная роль отводится не запоминанию информации, а обдумыванию её. При этом не объяснялся эффект убеждения в случаях, когда индивиды не задумываются над информацией. Р. Петти и Дж. Качиоппо расширили теорию когнитивного ответа и разработали модель вероятности сознательной обработки информации. Она объясняет

процессы, происходящие при принятии индивидом убеждающей информации. По этой модели существует центральный и периферический путь к убеждению. Центральный требует от получателя информации значительных когнитивных усилий по оценке информации и её перспектив. Периферический имеет несколько направлений, но все они не связаны с серьёзными когнитивными усилиями. Это Простые ориентиры, т.е. отсылки в уже имеющимся якорям, которые создают соответствующее отношение ко всему сообщению; Экспертное мнение, оно значительно повышает доверие к сообщению; Эффект массовости, основанный на том, что люди лояльнее относятся к нововведениям, если считают, что они уже приняты большинством других людей. При этом выяснено, что для долгосрочного изменения установок более эффективен центральный путь воздействия, а для краткосрочного — периферический [Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 179-181]. Особое внимание исследователи коммуникационных эффектов уделяли когнитивным процессам. Действительно, селективность восприятия, когнитивные реакции со стороны аудитории приводят к тому, что аудитория по-разному реагирует на медийные послания: возможно согласие, сопротивление, возможен даже эффект бумеранга. Эти исследования привели к созданию когнитивной теории отзыва, которая рассматривает связь между когнитивными процессами при обработке информации и возможными изменениями установок. При этом нужно особо учитывать степень заинтересованности аудитории в определенной информации. Именно от этого зависит внимание и усилия к когнитивной обработке данной информации. Стоит остановиться на модели обработки информации «обработка-возможность» (англ. «elaboration-likelihood model»). Согласно этой модели в зависимости от заинтересованности аудитории обработка может идти по одному из двух маршрутов. Центральный маршрут убеждения возникает в случае активных умственных усилий. Тут особое значение приобретают качество и сила аргументов. Естественно, что в случае особой заинтересованности респондентов в рассматриваемом вопросе, высока вероятность того, что усилия медиа, направленные на изменение установки, не приведут к желаемому эффекту, а, наоборот, могут вызвать негативные эмоции (например, злость, неприятие источника сообщения и т.д.). Периферийный маршрут убеждения возникает в случае низкой мотивации к анализу темы. Часто это касается обработки рекламных посланий. Тут большую роль играет авторитет источника, длина послания (чем больше, тем лучше), а также впечатление, что это точка зрения подавляющего большинства (англ. bandwagon effect). Т.е. в этом случае особое внимание следует уделять созданию у реципиента позитивных эмоций. Большое значение имеет частота посланий. Естественно, если при центральном маршруте убеждения при рациональной обработке информации основную роль играют печатная пресса и Интернет-медиа (благодаря тому, что можно задать темп ознакомления с информацией, вернуться к той информации, которую не понял с первого раза), то при периферийном маршруте особое значение имеют электронные медиа (возможность воздействовать на несколько органов чувств лучше подходит для создания соответствующих эмоций). Еще одно важное замечание: при центральном маршруте убеждения если изменение установки происходит, то оно имеет долгосрочный характер,



при периферийном — часто краткосрочный [Шенк М., 2007: 571-579]. Естественно, более легко воздействовать на периферийный маршрут. Так, в основном, и поступают создатели рекламных сообщений (как коммерческих, так и политических). Основная проблема даже не в количестве усилий, а в том, что при центральном маршруте обработки прогнозировать результат гораздо сложнее. Кроме того, краткосрочное убеждение вполне устраивает «агитаторов» как за покупку определенного товара, так и за выбор определенного кандидата.

Немецкий ученый В.Шульц выделил действенные принципы исследования эффектов масс-медиа. Прежде всего, это традиционные принципы «стимул-реакция» и «новые ориентации», которые делятся на принципы активного реципиента (сюда он относит и «пользы и удовлетворения»), макроскопической перспективы (в т.ч. социализации), латентных последствий масс-медиа (в т.ч. порядка дня и разрыва знаний) и эколого-динамические (в частности, спираль молчания) [Schulz W., 1982; по Донсбах В., 2001: 166].

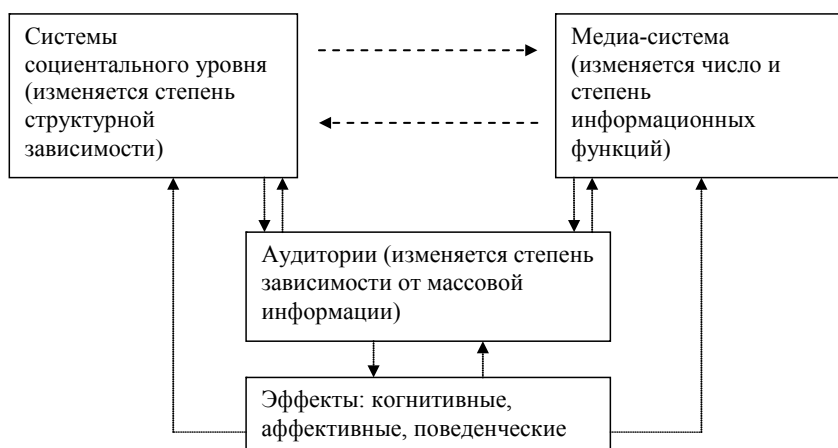
Интегрировать проблему эффектов массовой коммуникации в структуру общества попробовали создатели модели зависимости [Ball-Rokeach S., DeFluer M.L., 1976]. Согласно этой теории, медиа удовлетворяют желания аудитории. Чем больше это происходит, тем более зависимыми от медиа становятся респонденты. То есть мера влияния масс-медиа на представителей аудитории зависит от того, насколько часто респонденты обращаются к содержанию масс-медиа. В современных условиях медиа необходимы также для того, чтобы понимать и быть в курсе происходящих событий, а также уходить от реальности. Таким образом, потребление, по мнению авторов теории, порождает зависимость.

Л.М.Землянова выделяет также теории адаптации к нововведениям (медиа не только сообщают о нововведениях, но и помогают внедрить их), аккумуляции (регулярность воздействия информации порождает аккумулирующий эффект и приводит к сильнейшему воздействию медиа на жизнь общества), моделирования (в духе теорий обучения, связана с теорией адаптации к нововведениям; люди моделируют свои привычки, моду и т.д. по образцам, содержащимся в медиа), наименьшей неприемлемости программ (считает, что количество зрителей определяется не качеством программ, а привычкой тяжелых зрителей к телевизионному времяпрепровождению), плавильного котла (согласно этой теории, происхождение американской нации стало возможным благодаря заменам национальных культурных стандартов на те, что пропагандировались массовой культурой, в частности, масс-медиа; противостоит теории салатного плюрализма, согласно которой эмигранты, в основном, сохраняют свои национальные особенности), селективной экспозиции (предусматривает разное восприятие медиа-материалов в зависимости от социально-демографических и других особенностей реципиентов), социальных ожиданий (соотношение своих целей и результатов действия с моделями, построенными масс-медиа) [Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика..., 1999: 226-230].

В.Шульц распределял теории эффектов на теории стимула-реакции и «новых ориентаций», к которым относил теории появившиеся вследствие исследований 70-х гг. XX в. Последние он разделял на

теории активного реципиента (в частности, пользы и удовлетворения), макроскопической перспективы (в т.ч., социализации), латентных последствий массовой коммуникации (к ним он относил теории порядка дня и провала знаний), а также эколого-динамические теории (в частности, спирали молчания) [Schulz W., 1976]. Интересны также взгляды У.МакГуира, который разделял медиа-эффекты на ожидаемые (например, политическая реклама перед выборами) и неожиданные (в частности, отсутствие представленности в медиа определенных идей или групп) [McGuire W., 1986]. Попробовали классифицировать влияние медиа по важнейшим условиям Д.Робертс и М.Маккоби [Roberts D., Массобу М., 1985]. Этими условиями было время (до коммуникации, во время нее и после), место (условия личности, стимула и социального окружения) и вид влияния (обращение, внимательность, понимание, согласие, воспоминание, поведение) [по Донсбах В., 2001: 166].

Стоит также упомянуть теорию выстраивания приоритетов. Согласно ней медиа (и люди) не способны охватить мир во всем его многообразии и потому выстраивают определенные информационные приоритеты [Бакулев Г.П., 2005: 80]. Близкой к этой теории является концепция «порядка дня».



[по Назаров М.М., 2003: 94].

Согласно этой теории люди становятся все более зависимыми от масс-медиа. Причем зависимость возрастает в период нестабильности и кризисов. Сами эффекты различаются на когнитивные (включают формирование установок, представлений, ценностных ориентиров), аффективные (чувства беспокойства, страха, отчуждения), поведенческие (влияние на определенные действия индивидов). Все составляющие, представленные на схеме выше, находятся в состоянии тесной зависимости. Причем социальные системы отличаются по уровню стабильности, медиа — по своим функциональным особенностям, аудитории — по уровню подготовки к принятию информации и доступа к ней. М.М.Назаров считает (и с этим мнением можно согласиться), что недостатком модели является преувеличение степени самостоятельнос-

ти масс-медиа, которые фигурируют наравне с социальными системами [Назаров М.М., 2003: 95]. На самом деле, медиа являются частью социальных систем и одним из институтов общества.

В.Донсбах считал, что наука при исследовании влияния сосредоточена на трех направлениях: влияние на представление действительности в форме «порядка дня», влияние на восприятие личностей и влияние на социальное восприятие. Первое изучает предположение о том, что «порядок дня» в медиа ведет к созданию аналогичного в сознании аудитории, второй исследует формы создания имиджей личностей, в частности, политиков. Эмпирические исследования тут сосредоточены на том, что 1) электорат все больше воспринимает политиков через имиджи, а не их высказывания по различным проблемам, 2) имиджи сильнее, чем представления о компетентности влияют на электоральный выбор; 3) на создание имиджа влияет тематика и тенденции в масс-медиа [Донсбах В., 2001: 167-169].

М.Чарлтон отличает два основных подхода к изучению восприятия информации реципиентами. Это когнитивно-научное исследование, когда восприятие рассматривается как конструктивный процесс, основанный на познании; и практически-теоретическое исследование, где восприятие рассматривается как часть современной социальной практики. Еще один подход, когнитивно-психологический, сформулировал Ю.Гримм. Тут анализируются не только когнитивные, но также эмоциональные и физиологические процессы, а само восприятие расшифровывается как диалогический процесс взаимодействия между коммуникатором и реципиентом [Grimm J., 1999: 74; Фридман Ю.А., 2006: 61-62]. Другой интересный подход был разработан Дервином и назван Созданием смысла (Sense-Making). Из-за мозаичности восприятия реальности в сознании реципиентов возникают провалы, которые они пробуют преодолеть при помощи медиа-информации. Т.е. эта информация рассматривается как мосты через провалы. В будущем предусматривается прямой ответ масс-медиа на вопросы реципиентов, причем они будут иметь возможность самим конструировать ее в удобном для себя виде. Реципиенты, по мнению Дервина, ищут информацию в зависимости от ситуации: 1) необходимости принятия решения и существования нескольких альтернатив; 2) страха без присутствия конкретного решения; 3) заблокированного решения; 4) проблемной, с дополнительными факторами давления. Также стоит упомянуть о теории парасоциального взаимодействия Д.Хортон и Р.Воля. Изначально этим термином авторы описывали взаимоотношения между зрителями и героями телепередач. Эти отношения моделировались средствами телевидения как близкие и доверительные, так они и воспринимались аудиторией. Эти отношения характеризуются отсутствием обратной связи, а также тем, что одна сторона имеет гораздо больше информации, нежели другая. Интересно также то, что происходит условный обмен ролями, т.е. телезрители примеряют на себя образ телегероев [Horton D., Wohl R., 1956: 74; Фридман Ю.А., 2006: 63-65]. Дж.Грей создал модель BIS-BAS. Он различал три системы реакции реципиента при восприятии информации: 1) систему сдерживания поведения (Behavioral Inhibition System), 2) систему активации поведения (Behavioral Activation System) и 3) специфическую систему возбуждения, связанную с общим уровнем активности организма

и интенсивности поведения. Система сдерживания поведения связана с рефлекторностью кожи. Программа поведения прерывается из-за, например, страха (когда потеют ладони). Система активации поведения включается при приближении к желательному объекту, например, еде, и при бегстве от опасности, в этих случаях учащается пульс. Медиа могут выступать как возбуждающим, так и успокаивающим средством. Эта теория широко применяется при исследовании сцен насилия на экране [Gray J.A., 1982; Фридман Ю.А., 2006: 65-69].

Швейцарский исследователь Г. Бонфаделли справедливо отмечает, что общественные дискуссии относительно влияния медиа ведутся крайне эмоционально и часто возникают вследствие каких-либо сенсаций [Бонфаделли Г., 2011: 59, и далее]. Трудно согласиться с предположениями о негативном всемогуществе масс-медиа. Опросы свидетельствуют, что часто срабатывает эффект третьего лица, т.е. люди считают что окружающие больше подвержены влиянию медиа нежели они сами. Наибольшее влияние медиа состоит в том, что они стали неотъемлемой частью повседневной жизни, имеют большое значение в режиме дня и в большей или меньшей степени его структурируют в форме ритуалов. Причем исследования доказывают селективное восприятие медиа-материалов, т.е. реципиенты знакомятся только с частью контента, большая часть проходит мимо внимания.

Как видим, теории в области эффектов масс-медиа имеют сверхширокую амплитуду: от признания «невидимого господства» до убежденности в полном селективном контроле человека над восприятием медиа-материалов. На нынешнем этапе развития теории массовой коммуникации господствующими являются теории, представляющие промежуточную позицию между этими двумя крайними точками зрения (хотя и некоторым сдвигом в сторону могущества медиа).

Вообще, стоит отметить, что вряд ли найдется теория в области эффектов масс-медиа, которая не имела бы многочисленных экспериментальных подтверждений. И вряд ли найдется такая теория, против которой не было бы возражений, которые также основываются на солидной экспериментальной базе. Человек был и остается очень сложным объектом для воздействия, и выработка каких-либо общих формул для достижения высокого уровня такого воздействия покамест успехов не принесла.

### ***Теория стереотипов***

Человек в процессе своего существования упрощает восприятие и выражение окружающей действительности через систему стереотипов. Во многом это вынужденный шаг. Человек при помощи стереотипов может выразить и получить представление о сущностях, с которыми он никогда ранее не встречался.

На стереотипизацию общения обращали внимание Б. де Куртенэ, который считал, что в языковом общении существует стремление к упрощению для удобства отношений между людьми [Куртенэ де Б., 1963: 59; по Владимирова В.М., 2003: 157].

Существуют несколько тенденций в классификации стереотипов. Л.В.Завгородняя выделяет негативную: стереотипы характеризуются

ются ригидностью и консервативностью; стереотипные оценки часто бывают ошибочными; стереотипы мешают объективной оценке, предлагая предвзятое, часто эмоциональное отношение; стереотипы противостоят инновациям; они мешают творческому мышлению. Но существует и альтернативная тенденция: стереотипы упрощают и ускоряют принятие решений; экономят время и усилия; расширяют пространство для непосредственного восприятия и мышления; делают поведение индивидов прогнозируемым; действия становятся более точными, вплоть до автоматизма; содействуют процессу передачи знаний; содействуют адаптации человека в новой ситуации. С философской точки зрения, стереотипы являются частью сознания и проявляются в форме моральных норм, традиций, веры; с социологической — упрощенная характеристика социальных объектов, стойкий их образ; с психологической — часть сознания, проявляющаяся в форме оценочных суждений и реализующаяся в действиях личности [Завгородняя Л.В., 2003: 5-6].

Создателем теории стереотипов является выдающийся американский публицист У.Липпманн. В 1922 г. вышло первое издание его книги «Общественное мнение», которая неоднократно переиздавалась [напр., Lippmann W., 1957]. У.Липпманн считал, что человек не в состоянии полностью самостоятельно охватить всю картину окружающей действительности (реальный мир «слишком большой, слишком сложный и также слишком изменчивый», чтобы «быть доступным непосредственному пониманию»). Поэтому он пользуется заместителями блоков действительности — стереотипами. К особенностям стереотипов относятся: спонтанность возникновения, влияние на формирование нового эмпирического опыта, традиций и привычек, упрощение и неадекватность восприятия реальности. При этом стереотипы с трудом меняются (т.е. имеют консервативный характер) и часто возникают случайно (вследствие «случайного факта, творческого воображения, желания верить»). Поведением людей руководят традиционно сложившиеся моральные кодексы.

В журналистике это означает, что события могут быть представлены медиа только через систему уже существующих стереотипов. Иначе аудитория или не поймет суть происходящего, или потратит на понимание неадекватно много усилий (что, в конечном счете, также оттолкнет аудиторию). При этом медиа играет активную роль («В большинстве случаев мы сначала не смотрим, а потом определяемся, наоборот, мы сначала определяемся, а потом смотрим»). Новость и действительность («правдивая картина»), по мнению У.Липпманна, это разные вещи. Дело в том, что при подготовке новостей, журналисты пользуются стереотипами. Именно с их помощью определяются и категории новостной ценности и понятности, чтобы «экономно распоряжаться вниманием». Стереотипы, конечно же, сужают восприятие. Об этом свидетельствует и сам термин, который У.Липпманн позаимствовал из типографского дела. Таким образом, человек живет в «псевдоокружении», которое заменяет реальный мир. Причем между этими понятиями существуют принципиальные расхождения («Мир, который людям нужно познать, и мир, который они знают, часто две вещи полностью противоположные»). Именно, исходя из этих упрощенных и искаженных мотивов, люди совершают реальные поступки. Происходит взаимопроникновение реального мира

и упрощенных представлений о нем. Причем стереотипы воспринимаются очень эмоционально, их изменения всегда очень болезненны («любое нарушение стереотипов выглядит, как нападение на основы мироздания... Модель стереотипа не нейтральна... Стереотипы мощно заряжены чувствами, касающимися их. Они — крепости наших традиций, и под их защитой мы чувствуем безопасной ту позицию, которую занимаем») [Lippmann W., 1957; также Владимирова В.М., 2003: 160-164, 234; Назаров М.М., 2003: 84; Ситников А.П., Гундарин М.В., 2003: 43; Шульц В. Новина, 2007: 535-536].

Давая определение стереотипа можно остановиться на дефиниции В.Шульца: «категории или схемы, с помощью которых во время обработки информации уменьшается сложность окружающего мира и впечатления приобретают смысл» [Шульц В. Новина, 2007: 536].

Обзор послелиппманновского периода разработки понятия стереотипа сделал В.М.Владимирова [Владимирова В.М., 2003: 164-166]. В частности, исследовал стереотипы Т.А. ван Дейк, который употреблял как синоним термин «модели ситуации», а свои разработки основывал на тексте, а не на массовом сознании. Уделил внимание проблеме стереотипов и Д.МакКвейл. Он выделял стереотипизацию и объединение-сопоставление как две основных возможности влияния на интерпретацию. Особое внимание также обращалось на эмоциональную сторону стереотипов, которая влияет на оценки окружающей действительности. По мнению М.Чена и Т.Барга, в процессе восприятия происходит автоматическая активизация стереотипов. Американские исследователи А.Карст и Т.Берстейн исследовали процесс стереотипизации на примере заголовков американских газет. Если ранее давались заголовки-ярлыки (labels), то в наше время это заголовки-ведущие линии (headlines), т.е. короткое сообщение о сути материала. Чаще всего тут следует опора на уже имеющиеся стереотипы в сознании людей. Важным является вопрос смены стереотипов. В.М.Владимирова считает, что блоки (он считает целесообразным заменить термин «стереотип» на «блок») легко монтировать, перемонтировать, т.е. легко менять. В этом он дискутирует с большинством специалистов, которые считают стереотип консервативной структурой, изменение которой происходит достаточно сложно, т.к. любое противоречие вызывает у человека когнитивный диссонанс.

### ***Теория когнитивного диссонанса***

Теория когнитивного диссонанса была впервые сформулирована американским исследователем Леоном Фестингером в 1957 г. После этого она много раз подтверждалась экспериментальным путем.

Сформулировать ее можно таким образом: если человек в силу правовых либо моральных препятствий не может свободно высказывать свое мнение, он подсознательно склонен к тому, чтобы изменить мнение на то, которое господствует в его социальной группе. В основе лежит подсознательное стремление человека избежать диссонанса. Достичь этого можно или избегая встречи с диссонансными элементами (например, материалы в масс-медиа, которые озвучивают позиции противоречащие убеждениям субъекта), или изменяя свои установки (гораздо более сложный и болезненный путь).

Сам Л.Фестингер формулировал свою исследовательскую гипотезу так: «1. Возникновение диссонанса, порождающего психологический дискомфорт, будет мотивировать индивида к попытке уменьшить степень диссонанса и по возможности достичь консонанса. 2. В случае возникновения диссонанса, помимо стремления к его уменьшению, индивид будет активно избегать ситуаций и информации, которые могут вести к его возрастанию» [Фестингер Л., 2000: 17]. Также Л.Фестингер перечисляет и основные причины возникновения диссонанса. 1. Логическая несовместимость взглядов. Например, если человек одновременно считает, что скоро произойдет высадка живых существ на Марсе, но одновременно думает, что покамест ученые не способны сконструировать подходящий корабль, то эти два взгляда вступают в логическое противоречие между собой. 2. Культурные обычаи. Например, еда птицы при помощи рук на званном обеде вступает в противоречие со знаниями правил этикета. Сюда же относятся и кросскультурные конфликты. То, что является неприличным в одних культурах, вполне приемлемо в других. 3. Случай, когда конкретное мнение входит в состав более общего мнения. Например, сторонник определенной политической силы испытывает диссонанс в случае, если голосует за представителя иной силы. 4. Прошлый опыт. Например, если человек попадает под дождь и ему нечем прикрыться, но он надеется остаться сухим, то это диссонансные убеждения, т.к. на основании прошлого опыта люди знают, что это невозможно (причем эти мнения не были бы диссонансными, если бы конкретный человек еще не имел опыта попадания под дождь) [Фестингер Л., 2000: 30-31].

Важным показателем является также степень диссонанса. От нее зависит интенсивность стремления к его уменьшению. Л.Фестингер тут вывел следующие закономерности. 1. Если два когнитивных элемента релевантны, то они будут или диссонансными, или консонантными. 2. Степень диссонанса зависит от важности когнитивных элементов, которые его вызвали. 3. Если речь идет о диссонансе между системами когнитивных элементов, то степень такого диссонанса зависит от взвешенной пропорции релевантных отношений между системами [Фестингер Л., 2000: 35].

При этом определенные когнитивные системы сопротивляются уменьшению диссонанса. Ведь для этого требуется изменять собственные установки. Главный источник сопротивления — реакция на реальность. Если органы чувств человека говорят одно, ему трудно убедить себя в другом. Кроме того, потери могут быть болезненными и вести к определенным потерям. Например, если человек испытывает диссонанс при общении с соседями, ему часто легче перетерпеть, чем менять место проживания. Поведенческие стереотипы трудно изменить и потому, что поведение, не устраивающее индивида по одним параметрам, может устраивать его по другим. Возможно, человеку не нравится посещать шумные вечеринки, но именно там он общается с друзьями. Иногда невозможно осуществить изменения для уменьшения поведенческих диссонансов. Особенно это касается эмоциональных реакций (например, страха), с которыми человек не может справиться с помощью волевых усилий. Если речь идет об изменении когнитивных элементов окружающей среды, то главное препятствие для уменьше-

ния диссонанса то же, что и с поведенческими стереотипами: влияние реальности (невозможно изменить для себя представление о местоположении, к примеру, конкретного здания). Однако имеется и другой источник сопротивления уменьшению диссонанса. Он состоит в том, что любой когнитивный элемент тесно переплетен с множеством других. Причем часто консонантен с ними. Изменение элемента неизбежно влечет пересмотр его места в системе других элементов, отношения с которыми могут стать диссонансными. В результате диссонанс может увеличиваться до той меры, пока не преодолет сопротивление к изменению определенного когнитивного элемента. После изменения этого элемента диссонанс будет устранен. Однако так происходит далеко не всегда. Если сопротивление элементов сильно, то сила диссонанса может быть ослаблена введением новых когнитивных элементов. Например, если собственник нового автомобиля обнаружил, что он неэкономичный и крайне дорогой в обслуживании, выхода для преодоления диссонанса может быть два: или человек продаст машину, или найдет утешение в том, что она престижна, быстро ездит и т.д. Сам Л.Фестингер, таким образом, резюмирует теорию когнитивного диссонанса: «1. Могут существовать диссонансные отношения или отношения несоответствия между когнитивными элементами. 2. Возникновение диссонанса вызывает стремление к тому, чтобы его уменьшить и попытаться избежать его дальнейшего увеличения. 3. Проявления подобного стремления состоят в изменении поведения, изменении отношения или намеренном поиске новой информации или новых мнений относительно породившего диссонанс суждения или объекта» [Фестингер Л., 2000: 42-52].

В связи с изучением когнитивного диссонанса, Л.Фестингер вплотную занимался теорией принятия решения. Дело в том, что после принятия решения остается внутренняя напряженность из-за отвергнутой альтернативы (а не была ли она лучшей? Не совершена ли ошибка в выборе?). Таким образом, уже после принятия решения должны быть предприняты дополнительные действия для того, чтобы ликвидировать чувство дискомфорта из-за возможности ошибки в выборе альтернатив. Это происходит путем того, что К.Левин назвал «окончательной фиксацией решения». В ходе нее индивид изменяет свое сознание таким образом, что альтернативы, которые перед принятием решения рассматривались им как равные, предстают совершенно в другом свете. Индивид убеждает себя в значительно большей привлекательности альтернативы, которую он принял, и в ущербности той, от которой отказался. При этом этот индивид оказывается, по мысли Адамса, в гораздо более выигрышной ситуации, нежели тот, кто позволяет конфликтам накапливаться внутри с риском, что они выльются во взрывной процесс некритической переоценки значимых объектов. Важной проблемой является степень диссонанса, которая возникает после принятого решения. На это влияет важность решения для индивида, т.е. чем важнее оно будет, тем сильнее диссонанс. Также важную роль в силе диссонанса может сыграть такой показатель, как привлекательность отвергнутой альтернативы. При этом после возникновения диссонанса сразу же возникает стремление к тому, чтобы уменьшить его. Л.Фестингер выделяет три способа сделать это: 1) изменение или аннулирование решения, 2) изменение привлекательности тех альтернатив, которые име-



лись, 3) установление совпадения когнитивных элементов альтернатив [Фестингер Л., 2000: 53-55, 58-59, 66]. Еще одним путем для снятия напряженности может быть создание самоиллюзии безальтернативности принятого решения, т.е. что на самом деле у индивида не было другого выхода, кроме принятия определенного решения.

На действия индивида большое влияние имеет способ принятия решения. В одном из экспериментов К.Левина стояла задача изменить привычки в принятии пищи гражданского населения США во время Второй мировой войны. Уже после того, как была выделена группа «гейткиперов», которые в данном случае принимают решение, что пускать или не пускать на обеденный стол: домохозяек, стал вопрос об эффективном воздействии на них с тем, чтобы они увеличили потребление железистого мяса (субпродуктов). Само исследование было вызвано потребностью снабжения армии переработанным в тушенку мясом и, как следствие, возможностью возникновения дефицита. В ходе одного из экспериментов участвовало шесть групп женщин. В трёх из них были проведены лекции и затем розданы соответствующие рецепты. Через несколько недель контрольный опрос показал, что только 3 % из этих групп стали потреблять рекомендованный продукт. В других группах исследователи инициировали принятие решения путем группового обсуждения с участницами эксперимента и последующим голосованием (путем поднятия рук). В этих группах контрольный опрос выявил 32 % перешедших на новый тип пищи. Л.Фестингер, исследуя результаты этого и подобных экспериментов, сделал вывод, что 1) для индивидов характерно после принятия решения активно искать информацию, которая формирует систему знаний, консонантную принятому решению; 2) после принятия окончательного решения наблюдается либо увеличение уверенности в его правильности, либо уменьшение возможности принятия альтернативы (часто эти процессы идут параллельно); 3) усилия по уменьшению диссонанса после принятия решения ведут к тому, что индивиды испытывают трудности при попытках его пересмотра и в дальнейших действиях индивидов, которые, как правило, релевантны уже принятому решению; 4) характер всех перечисленных психологических эффектов непосредственно зависит от степени диссонанса, возникшего из-за принятого решения [Фестингер Л., 2000: 111, 118]. Таким образом, когнитивный диссонанс влияет не только на внутреннее состояние индивида, но и на его дальнейшее поведение.

Особым случаем является феномен вынужденного согласия, т.е. когда поведение человека и его высказывания противоречат его убеждениям. Естественно, в этом случае возникает сильный диссонанс и не менее сильное стремление к его уменьшению. Внешнее изменение поведения при остающимися прежними взглядами индивида, по Л.Фестингеру, происходит в следующих условиях: 1) при использовании в качестве средства принуждения угрозы наказания, которая является значимой для индивида и которой он не может избежать (тут индивид выбирает между уступчивостью и наказанием). Если наказание достаточно сильно, то индивид, как правило, выбирает внешнее изменение поведения. При этом его взгляды, которые противоречат поведению, остаются прежними; 2) вынужденное согласие может достигаться обещанием награды за уступчивость. Если награда достаточно привлека-

тельна, то индивид может демонстрировать внешнюю уступчивость, придерживаясь прежней системы убеждений. Интересный пример вынужденного подчинения приводят Кох и Френч. После изменения условий организации труда на одном из заводов значительно упала производительность. Многие рабочие так и не достигли прежнего уровня производительности. Внимание ученых привлек один из прессовщиков. После введения новых условий его производительность упала с 60 до 50 изделий в час, но на тринадцатый день он достиг прежней производительности и даже превысил её. После этого статус рабочего в бригаде упал: товарищи расценили его как выскочку. В результате уровень его производительности упал и перестал отличаться от среднего по бригаде. После того, как на двадцатый день почти вся бригада была переведена на другую работу, рабочий сразу же повысил производительность. На четвертый день его производительность выросла до 83 изделий в час, а еще через некоторое время — до 92 изделий. Таким образом, когда внешнее давление на рабочего исчезло, его внутренние критерии одержали верх и привели к резкому повышению производительности. Вообще, при отличии внешнего поведения о внутренних установок в сознании индивида действуют две когнитивные системы: одна, соответствующая его внутренним убеждениям, и другая, которая отвечает за внешнее поведение. Естественно, эти два набора противоречат друг другу, т.е. находятся в состоянии диссонанса. А.Фестингер подчеркивал, что степень диссонанса частично зависит от количества диссонансных отношений между элементами разных систем. В ситуации вынужденного согласия часть элементов созвучны внешнему поведению индивидуума (который избежал наказания или получил поощрение), а часть противоречат ему. При этом, естественно, количество диссонирующих когнитивных элементов не может превышать количество консонирующих. При этом величина награды/наказания прямо влияет на величину возникающего диссонанса. При большой награде/наказании величина диссонанса низкая, т.к. она сильнее стимулирует соответствующие действия и снижает значимость собственных убеждений. Снижение этой величины приводит к усилению диссонанса: стоило ли менять свое поведение в противоречии со своими убеждениями? При ситуации вынужденного согласия есть два пути уменьшения степени диссонанса: а) сокращение числа диссонансных отношений; б) увеличение числа консонантных отношений. При этом исходным положением является то, что диссонанс сохраняется только до того, как человек вслед за поведением изменит свои убеждения. То есть акт вынужденного согласия на изменение поведения делает индивидуума более подверженным чужому влиянию и может привести к изменению в личных убеждениях. При этом наблюдается интересная картина: при большой награде/наказании диссонанс маленький, т.е. труднее добиться изменения внутренних установок индивидуума, при малой награде/наказании диссонанс гораздо больше и изменение установок происходит чаще [Фестингер А., 2000: 119-133]. В отношении масс-медиа добиться вынужденного согласия гораздо труднее. А.Фестингер согласен с Дж.Клеппером в том, что характеристики любой добровольной аудитории определяются строгими факторами избирательности (со стороны индивидов), т.е. конкретные медиа привлекают аудиторию, предрасположенную к восприятию по-

добного материала и терпят поражение при попытке привлечь более-менее значительное число тех, кто либо имеет иные интересы, либо вовсе не заинтересован в восприятии подобной информации [по Фестингер Л., 2000: 178-179]. Выводы Л.Фестингера были подтверждены и другими исследователями [напр., Донсбах В., 2001: 162-163]. Исследователи вносили свои коррективы в теорию когнитивного диссонанса. Так, Дж.У.Брем и А.Р.Коэн считали, что диссонанс при выборе одного пути увеличивается если индивид сознает возможность другого пути. Э.Аронсон обращал внимание на увеличение степени диссонанса, если поведение противоречит самооценке индивида [по Ньюсом Д., Тёрк ВанСлайк Д., Крукеберг Д., 2001: 261].

Как смежную концепцию можно назвать теорию информационного конформизма С.Аша, по которой слабовольный человек социально зависит от общества и потенциально готов к изменению своих взглядов [Бориснёв С.В., 2003: 150]. На конформистскую функцию масс-медиа указывали также П.Лазарсфельд и Р.Мертон при разработке теории статус-кво. Они считали, что медиа формируют инертное отношение к порядкам господствующим в обществе. Распространяя массовую культуру, медиа действуют в качестве социального наркотика, способствуя снижению эстетических вкусов и укреплению статус-кво. Существует также теория стереотипных капсул, согласно которой масс-медиа могут формировать модели поведения при помощи распространения мнимых стандартов жизни и культуры. Разработкой этой теории занимались, в частности, представители Анненбергской школы, которые указывали на процесс создания имиджей и инкультурации их в сознание массовой аудитории [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 231].

Таким образом, в ситуации диссонанса индивид склонен к активным действиям для уменьшения степени диссонанса и достижения консонанса, а, кроме того, будет избегать информации и контактов, которые способны создать или увеличить диссонанс.

### ***Теория пользы и удовлетворения***

Интересной для понимания стимулов обращения аудитории к медиа-материалам является теория пользы и удовлетворения (англ. uses & gratification) потребностей с помощью масс-медиа. Согласно ней, аудитории удовлетворяют свои потребности в зависимости от их интенсивности. В целом, индивиды получают определенную пользу и поощрение (например, авторитет в своей социальной группе), обращаясь к определенным медиа-средствам. Аудитория стремится найти способы наиболее полного удовлетворения своих потребностей при помощи медиа-средств. Принято выделять такие виды потребностей (по А.Маслоу): 1) физиологические (еда, сон, секс); 2) безопасности, 3) общении (в том числе групповом), 4) статусные (иметь определенный авторитет); 5) самоактуализации (само-реализация) [Maslow A.H., 1954, 1962]. Д.МакКвейл разработал такую типологию: информация, личностная идентичность, интеграция и социальная интеракция, развлечения [McQuail D., Blumer J.G., Brown J.R., 1972; по Донсбах В., 2001: 160]. Кроме того, потребности изучал в своей психосексуальной теории Э.Эриксон [Erikson E., 1982] и ряд других ученых. В.Донсбах критиковал этот подход, считая, что нельзя преувели-

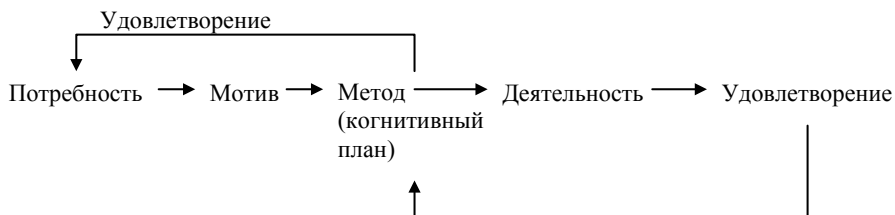
чивать способность людей оценивать свои потребности и обращаться к медиа-материалам. Другие авторы (например, Д.Зиллманн и Дж.Браент) считали, что при обращении к медиа доминируют неосознанные мотивы [Донсбах В., 2001: 160-161].

Считается, что первой эту теорию в середине 50-х гг. XX в. разработывала Г.Герцог [Herzog H., 1944]. Большой вклад в нее внес также У.Шрамм. Он считал, что при выборе медиа-содержания реципиенты руководствуются «дробью выбора»: ожидание награды / необходимые усилия [Schramm W., 1954].

У.Шрамм также выделял «прямые и опосредствованные награды» (англ. immediate and delayed rewards) для реципиентов за обращение к масс-медиа. К первым он относил новости о преступлениях, авариях, спорт, развлекательную информацию, ко вторым — новости о политике, экономике, социальной тематике. Первый вид новостей дает непосредственное удовлетворение (и отдых), второй — с задержкой, но наделяет чувством знания и опытом для использования в дальнейшем [Schramm W., 1949; по Донсбах В., 2001: 159-160].

Первоначальные исследования (40-е гг. XX ст.) в качестве гипотезы выдвигали не получения удовлетворения, а бегство от реальности, эскапизм. Переломным этапом тут был выход книги Д.Г. Блумера и Э. Каца «Использование массовой коммуникации» (1974 г.). Ученые выдвинули идею, что интерес вызывают социальные и психологические источники потребностей, из которых возникают определенные ожидания относительно медиа, а также относительно немедленных возможностей действий. Эти ожидания приводят к установлению определенных образцов потребления масс-медиа для удовлетворения исходных потребностей [Хазебринк У., 2011: 490].

Дж. Лалл предложил модель метода удовлетворения потребностей (методами, в данном случае, он называл способы)



[Лалл Дж., 2002: 100].

Интерес представляет таблица использования медиа и получения удовлетворения от этого:

Информация	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Поиск информации о релевантных событиях и условиях в непосредственной окружающей среде, обществе и мире;</li> <li>- Поиск совета по практическим вопросам или мнения и вариантов решения;</li> <li>- Удовлетворение любопытства и общего интереса;</li> <li>- Обучение, самообразование;</li> <li>- Обретение чувства безопасности через знания.</li> </ul>
Личная идентификация	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Поиск подкрепления для личных ценностей;</li> <li>- Поиск моделей поведения;</li> <li>- Идентификация с теми, кого медиа подают в качестве образца;</li> <li>- Самоанализ.</li> </ul>
Интеграция и социальная интеракция	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Анализ обстоятельств, в которых находятся другие; социальная эмпатия</li> <li>- Отождествление с другими и обретение чувства принадлежности</li> <li>- Поиск основы для разговора и социального взаимодействия</li> <li>- Обретение замены реального общения</li> <li>- Помощь в реализации социальных ролей</li> <li>- Получение содействия в поддержании контактов с семьей, друзьями и обществом</li> </ul>
Развлечение	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Уход или отвлечение от проблем</li> <li>- Расслабление</li> <li>- Получение внутреннего культурного или эстетического удовольствия</li> <li>- Заполнение свободного времени</li> <li>- Эмоциональная разрядка</li> <li>- Сексуальное возбуждение</li> </ul>

[Бакулев Г.П., 2005: 75].

Достаточно полно исследовал теорию пользы и удовлетворения Э.Кац. После исследования в Израиле в 1972 г. он пришел к выводу, что «потребности, связанные с масс-медиа, должны рассматриваться в более широком контексте человеческих потребностей, лишь малый сегмент которого они образуют, и с учетом всего многообразия иных средств, с помощью которых такие потребности могут быть удовлетворены и реально удовлетворяются». И общий вывод, который затем повторяли многие другие исследователи: «Скорее люди приспособливают масс-медиа к своим потребностям, чем масс-медиа подчиняют себе людей» [по Ситников А.П., Гундарин М.В., 2003: 42].

С.В.Бориснёв делит мотивационные теории на две группы: равновесия и удовлетворения потребностей. К первой он относит теорию Ф.Хайдера когнитивного баланса (люди обречены на то, чтобы жить вместе, реакции варьируются на позитивные и негативные), Л.Фестингера когнитивного диссонанса (люди склонны принимать информацию, которая отвечает их установкам), Э.Гоффмана управления впечатлени-

ем (социальные ситуации напоминают спектакли). Ко второй группе — теория удовлетворения потребностей А.Маслоу (стремление к удовлетворению личных потребностей), социального обмена Дж.Хоманса и Р.Эмерсона (взаимодействие происходит на основании личного опыта, причем люди выбирают те формы взаимодействия, за которые могут получить «награды»), речевой деятельности Л.С.Выготского и А.Н.Леонтьева (мотив и цель являются ключевыми факторами коммуникации, причем мотив соотносится с понятием коммуникации, а цель — с понятием действия, при достижении замысла они могут совпасть) [Бориснёв С.В., 2003: 111-112].

Схожей с концепцией пользы и удовлетворения является теория игры. Относительно медиа ее разработал У.Стефенсон. Он считал, что взаимодействие людей с масс-медиа происходит или в форме общественного контроля, который проявляется в их внутренних убеждениях и ценностях, таких как религия, традиции, политические ориентации (тут влияние медиа либо отсутствует, либо сильно ограничено), или в форме конвергентной селективности, когда новые формы поведения, причуды позволяют людям существовать вне общественного контроля (прежде всего, контроля общественного мнения) и получать удовольствие. По У.Стефенсону, люди ищут коммуникационного удовольствия, вовлекаясь в субъективную игру, ситуацию, когда потребление медиа-продукта приносит личное удовлетворение. Оно не требует усилий и в значительной степени это предсказуемый процесс, который может служить буфером против проблем реального мира. С одной стороны, медиа должны доставлять людям это удовольствие, с другой, «раскачивать лодку», способствовать изменению ценностей в период социального реформирования [Stephenson W., 1967; по Бакулев Г.П., 2005: 75].

Близкими к теориям пользы и удовлетворения являются также теории заговора и медиазависимости. Теория заговора считает, что влиятельные медиа находятся в руках злонамеренных владельцев и полностью ориентируются на интересы их и их класса. Интересы масс не находят отражение в материалах медиа, и, таким образом, медиа-содержание является вредным для всех, кроме господствующих классов.

### ***Теория обучения и теория познания***

На бихевиористской модели «стимул-реакция» строится теория обучения. Сама модель представляет общество в виде собрания атомов-организмов. Медиа воздействуют на эти организмы и получают реакцию. Согласно ней, если реципиент получает поощрение (например, признание в своей малой группе) вследствие ознакомления с материалами определенного медиа, он будет склонен более активно обращаться к данному медиа. Существует также теория обучения на модели. Т.е. если реципиент наблюдает за изображением насилия, позже он сможет применить эту модель поведения в реальности. Довольно близкой теории обучения является теория познания. Теории, которые базируются на принципах теории познания основываются на двух допущениях Ф.Хайдера: 1) люди воспринимают окружающую реальность не как отдельные элементы, а как предварительно структурированные единицы и формируют суждения исходя из этих целостных представлений (отсюда берет

свое начало теория консистентности и диссонанса); 2) люди постоянно ищут причины и приписывают их всем типам явлений, при этом, обычно ссылаясь на три типа источников (на этом положении основывается теория атрибуции) [Heider F., 1944]. Общим тут является то, что представления и мнения не рассматриваются как отражение материалов медиа. Они выходят за рамки сообщений, хотя и заложены в них. Ф.Хайдер считал, что поведение зависит только от двух типов причин: ситуационных (внешних) и диспозиционных (внутренних). Причем если по теории обучения расхождение между сообщением и мнением связано с недостаточной эффективностью коммуникации, то по теории познания такая связь отсутствует, а расхождение связывается с внутренним защитным механизмом личности. При изучении влияния масс-медиа необходимо иметь в виду теорию эффекта третьего лица. Согласно ней большинство людей склонно считать, что негативные материалы оказывают на других людей гораздо больший эффект, нежели на них самих. Этот эффект был установлен во время наблюдения У.Девисона [Davison W.Ph., 1983] и подтвержден другими опросами и экспериментами [Perloff R.M., 1993, 1999]. Интересной также является теория пробела (провала) знаний (англ. knowledge gap) Ф.Тиченора, Дж.Донахью и К.Олиен [Donohue G.A., Tichenor P.J., Olein C.N., 1975]. Согласно ней, образованные люди вследствие заранее приобретенных знаний и навыков быстрее и полнее овладевают медийной информацией. Таким образом, возникает вроде бы парадоксальная ситуация. Увеличение потока информации и упрощение к ее доступу приводит не к выравниванию информационных возможностей людей, а к увеличению информационного разрыва из-за разной готовности и способности людей воспринимать большие объемы информации. Вывод: информационная революция усиливает информационное неравенство. Интересна также теория схем. Согласно ней, реципиенты воспринимают новостные сообщения не изолированно, а по определенной схеме, т.е. точке зрения, которая часто сообщается в начале материала и руководит его дальнейшим восприятием. Таким образом, можно руководить обработкой информации, избирая определенное направление (фрейм). Для иллюстрации этой теории обычно приводится альтернатива: что лучше, спасти 200 человек или 600 человек, но с вероятностью 33 %. Большинство людей выбирает первую альтернативу, хотя, в принципе, они одинаковы. Выбирая же между верной смертью 400 людей или 600 людей с вероятностью 66 % реципиенты выбирают вторую альтернативу. Таким образом, восприятием новостей можно руководить, выбирая перспективу представления информации. Более того, некоторые исследования показали, что информация, которая не соответствует схеме, хуже запоминается. К этому примыкает теория сенсбилизации (англ. priming), которая основывается на допущении того, что определенные чувства, мнения, воспоминания можно рассматривать как узлы в сети, которые связаны с другими подобными узлами. Дальнейшая информация активирует эти узлы и части сети, которые с ними связаны. Ш.Айенгар и Д.Киндер на основании своего исследования [Iyengar Sh., Kinder D.R., 1986] сделали несколько выводов: 1) оценочные суждения о политиках и электоральные намерения, которые основываются на этих суждениях, опираются на представления о компетентности политиков и их спосо-

бности решать актуальные задачи; 2) наиболее часто повторяемые сообщения усиливают сенсбилизированность аудитории к их темам; 3) концентрация внимания на определенных проблемах создает у реципиентов ощущение особой их актуальности; 4) способность политиков решать эти проблемы становится более значимой для их оценки. Т.е. вырабатываются определенные установки, которые влияют на электоральные намерения. Стоит также рассмотреть теорию оценок, которая рассматривает связь между оценкою ситуаций и типом эмоций. Открытым остается вопрос: являются ли оценки причиной эмоций либо люди оценивают ситуацию исходя из пережитых эмоций. Например, описание катастроф привлекают повышенное внимание и вызывают эмоции. Когда это стихийные бедствия, то возникает печаль, т.к. человек не в состоянии предотвратить их, когда техногенные катастрофы, то возникает злость. Причем сила эмоции усиливается или ослабляется в зависимости от того, чем руководствовались люди, виновные в катастрофе, осознавали ли они возможные последствия своих действий. Злость вызывает протест, а печаль — желание помочь. Таким образом, медиа могут до определенной степени управлять эмоциями, а возможно, и действиями аудитории (например, описывая ситуацию, указывать, что ответственные лица руководствовались благими намерениями и не могли предвидеть печальных последствий либо, наоборот, что чиновники с пренебрежением относились к правилам техники безопасности). Рассмотрим также теорию инструментальной актуализации. Ее предметом является формирование мнений в период публичных конфликтов, а основой теория когнитивно-аффективной консистентности М. Розенберга [Rosenberg M.J., 1956]. Согласно теории 1) во всех конфликтах определенные аспекты событий свидетельствуют в пользу одной из сторон (то есть являются инструментальными); 2) действующие лица и медиа, которые отражают их интересы, особое внимание обращают на информацию в свою пользу (инструментальная актуализация); 3) легитимизация одной стороны основывается на дискредитации другой; 4) знание информации в пользу одной из сторон ведет к определенной ее оценке. Это влияет и на селекцию медиа-средств. Реципиенты выбирают те медиа, которые отвечают их установкам. Это же касается журналистов и топ-менеджеров медиа. Они склонны следовать редакционным тенденциям. Происходит так называемая синхронизация информации. Даже эксперты подбираются, в основном, такие, какие соответствуют редакционной линии. Х.Кепплингер и Э.Нозль-Нойманн выделили также понятие эффекта де-факто. Так они назвали влияние, которое можно выявить, но не понятны ни источник этого влияния, ни его причины. Ученые выделили пять основных констатаций: 1) реципиенты считают более важными те новости о событиях, которыми они интересовались раньше; 2) они уже знают об этих событиях из более ранних сообщений; 3) реципиенты могут вспомнить лишь незначительное количество сообщенной информации (лучше запоминается негативная информация); 4) они заносят новую информацию в контекст той, о которой сообщалось ранее; 5) ранние новости создают контекст для понимания новых. Причем во всех случаях более эффективными оказываются негативные сообщения. Х.Кепплингер и Э.Нозль-Нойманн также оспаривают распространенное мнение, что эффект не возникает без контакта с медиа («по



effect without contact»). Согласно этому мнению, существующие установки препятствуют восприятию диссонирующей информации, а если она все-таки была воспринята, интерпретируют ее так, чтобы она отвечала уже имеющимся установкам (теория усиления). При передаче устной информации идет речь не о влиянии медиа, а о воздействии лидеров мнений. Но, по мнению немецких ученых, эмпирические исследования опровергают это представление. Установки реципиентов не представляются эффективной защитой для принятия диссонирующей информации. Она содержится в высказываниях реципиентов, даже если они ее не разделяют. Лидеры мнений мультиплицируют содержание медийных сообщений (многоступенчатая модель коммуникации) [Кепплингер Х.М., Ноель-Нойманн Е., 2007: 66-67, 77-78, 86-102].

Г.П.Бакулев выделил следующие способы научения через масс-медиа: научение через наблюдение (когда индивиды усваивают модели поведения, наблюдая их в медиа); подавление (при наказании определенной модели поведения в медиа, можно добиться того, что зрители будут менее склонны следовать наказанной модели поведения); растормаживание (поощрение поведенческой модели ведет к тому, что зрители склонны поступать аналогично). Как видим, эта теория (представленная, в частности, в исследовании А.Бандуры [Bandura A., 1971]) игнорирует роль иных социальных факторов, кроме масс-медиа. Согласно теории социального научения, зритель предстает, как скорее пассивный потребитель телепродукта. В противоположность этому, теории активной аудитории, в частности активного телепросмотра, считают, что зритель активно оценивает содержание телесмотра и не склонен принимать его некритически (даже дети) [Бакулев Г.П., 2005: 71-73].

А. Бандура в 1960-х гг. сформулировал свою теорию социального обучения. Она объясняла поведение людей через взаимодействие когнитивных факторов, поведенческих факторов и факторов окружающей среды. Одно из ответвлений этой теории, социально-когнитивная теория рассматривает психические процессы, отвечающие за научение человека. Она объясняет человеческое поведение и мышление как процесс тройной взаимообусловленности. Т.е. мышление и поведение человека определяются взаимодействием его 1) поведения; 2) когнитивных и биологических индивидуальных характеристик; 3) окружающей средой [Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 85].

**Исследования медианасилия.** Ряд теорий было создано для того, чтобы разобраться как изображение насилия в медиа отражается на поведении реципиентов. Х.Кепплингер выделяет три основных теории объяснения влияния насилия: теория обучения, теория инстинктов и теория эмоционального возбуждения. Теории обучения исходят из того, что человек обучается в медиа образцам поведения, которые может применить в реальной жизни. Этот эффект усиливается, если в медиа применение насилия принесло герою успех. В этом случае возможно обучение по модели. Теория инстинктов, напротив, считает, что насильственное поведение имеет инстинктивную, т.е. врожденную природу и порождено потребностями выживания. Медиа, изображая насилие, заставляют человека переживать его и, таким образом, после переживания символического насилия ослабляется инстинкт к реальному насилию (теория катарсиса — впервые такой эффект описал еще Аристотель,

объясняя реакцию публики на трагедию). Теория эмоционального возбуждения исходит из того, что это возбуждение увеличивает готовность к реальным действиям. Она делится на теорию фрустрации и агрессии и теорию перенесения возбуждения. Теория фрустрации и агрессии говорит о том, что фрустрация создает потенциал для действия, т.е. раздражение провоцирует. Теория перенесения возбуждения считает, что медиа способны создать неспецифическое состояние возбуждения [Кепплингер Х.М., 2007: 110-111]. Таким образом, существующие теории объяснения влияния насилия в медиа расходятся коренным образом. Часть их утверждает, что насилие в медиа играет пагубную роль для поведения человека, часть, наоборот, положительную.

Классическим исследованием влияния изображения насилия на поведение детей стало исследование по заказу Фонда Пейна в 1928 г. Ученые организовали 13 самостоятельных исследований с применением различных методик о том, есть ли взаимосвязь между просмотром гангстерских кинофильмов и повышением роста детской преступности. Вывод был однозначен: фильмы оказывают существенное и негативное влияние на детей, провоцируя рост преступности. Стоит вспомнить и об исследовании о воздействии комиксов на молодёжь Ф. Уэрдема, отчет о котором вышел под впечатляющим названием «Совращение невинных» и повлек созыв сенатской комиссии по расследованию преступлений сред несовершеннолетних. Хотя научный мир со скепсисом отнесся к методам исследователя и его манере интерпретации, тогда это привело к превентивным действиям издателей для предотвращения вмешательства государства. Они образовали Американскую ассоциацию комиксов и приняли кодекс, который, в частности, запрещал эротические изображения и сцены насилия [Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 44, и далее]. Другое масштабное исследование прошло в конце 50-х гг. XX в. также в США. Социологи во главе с У. Шраммом провели 11 исследований в 10 городах. Опросом было охвачено 6000 детей и 2000 родителей. В этом случае выводы были размытыми: «Ни один информированный человек не может просто сказать, что детям телевидение несет пользу или вред. Для одних детей в одних условиях какое-то ТВ вредно. Для других детей в тех же самых условиях или для тех же самых детей в других условиях оно может быть благотворно. Для большинства детей в большинстве условий большая часть телевидения, вероятно, ни особенно вредна, ни особенно благоприятна» [Schramm W., Lyle J., Parker E.B., 1961: 1; по Бакулев Г.П., 2005: 68]. Таким образом, был сделан вывод, что нельзя рассматривать влияние телевидения отдельно от других факторов, что только целостная картина взаимодействия ребенка с окружающим миром, в том числе с телевидением, может дать ответ о благотворности либо вреде отдельных компонентов. Широко известно также исследование С. Фешбаха, которое приводят в качестве подтверждения своих взглядов сторонники теории катарсиса. Сначала подопытную группу студентов подвергли грубым оскорблениям, затем их разделили на две части. Одна смотрела фильм о боксерском поединке (он расценивался как агрессивный), другая — о распространении слухов (нейтральный). В опросе экспериментальных групп выяснилось, что те, кто смотрел агрессивный фильм, были более сдержаны в своих оценках, нежели те, кто смотрел нейтральный [Feshbach S., 1961: 381-385]. В 1971 г.

С. Фешбах и Р. Зингер в течении шести недель наблюдали за поведением мальчиков-подростков в естественной среде (школа и дом). При этом также контролировалось потребление телевизионного насилия. Выяснилось, что те мальчики, которые в основном смотрели программы без элементов насилия, вели себя значительно агрессивней, нежели те, кто смотрел такие передачи [по Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 200]. Т.е. теория катарсиса подтверждается.

Отдельно следует отметить случаи преступлений, скопированных из телевизионных или иных изображений насилия. Дж. Брайант и С. Томпсон приводят в качестве примера случай, когда в 1995 г. жители штата Луизиана, 18-летний Бенджамин Дэрррэс и 19-летняя Сара Эдмондсон, под впечатлением от фильма «Прирожденные убийцы» (Natural Born Killers) (это жестокий боевиком о парочке, которая под воздействием наркотиков развлекалась убийством случайных людей и избежала наказания за эти преступления), решили повторить их «подвиги». Дэрррэс застрелил менеджера фабрики по обработке хлопка-сырца, Эдмондсон прострелила горло продавщице бакалейно-гастрономического магазина, матери троих детей. Подобные примеры приводятся и другими исследователями. Оперирруя ими в качестве аргументов, сторонники взглядов о вреде изображения насилия игнорируют то, что таких примеров крайне мало. Именно вследствие своей необычности и сенсационности им уделяется много места и внимания в масс-медиа. Основной вопрос, который не решен исследователями, это то, почему для абсолютного большинства людей изображение насилия в медиа не ведет к негативным проявлениям, но отдельные потребители этой продукции имитируют агрессивные действия. Исследователи также анализируют концепцию прайминга или предварительной подготовки аудитории масс-медиа. Согласно ней опыт и воспоминания зрителя на медиаинформацию вызывают эффект прайминга. Именно это может вызвать асоциальную модель действий человек в ответ на медиасообщение, в том числе преступления-копии. Эффект прайминга усиливается, если зрители: а) определенным образом интерпретируют значение медиаинформации; б) верят в существование причин, оправдывающих жестокие действия персонажей; в) отождествляют себя с героями фильмов; г) верят в реальность происходящих на экране событий; д) события на экране ассоциируются с реальными воспоминаниями. Для объяснения эффекта прайминга выделяются модели тройной взаимообусловленности, корзины, аккумуляторной батареи, а также синоптическая модель. Согласно модели тройной взаимообусловленности три компонента (поведение индивида; когнитивные, биологические и другие индивидуальные характеристики; воздействие внешней среды) взаимодействуют и влияют друг на друга на различных уровнях. В модели корзины память сравнивается с большой корзиной, где сверху находятся недавно активированные понятия (более действенные). Когда в «корзину» закладываются новые понятия, старые опускаются «на дно». Часто активируемые понятия имеют преимущества перед остальными. В модели аккумуляторной батареи упор делается именно на часто активированных понятиях. Упоминание («подзарядка») подкрепляет их, усиливает «напряжение». Синаптическая модель подчеркивает значение фактора времени. Недавно активированные понятия

имеют «краткосрочное воздействие», а часто активируемые «долгосрочное» [Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 21, 107, 110, 112-113].

Б. Гантер проанализировал большое количество исследований воздействия медианасилия и выделил шесть основных методов, при помощи которых эти исследования проводились. Это лабораторный эксперимент, полевой эксперимент, корреляционное исследование, лонгитюдное исследование, естественный эксперимент и экспериментальное вмешательство. Лабораторные эксперименты, т.е. строго контролируемые эксперименты, проведенные в лабораторных условиях, доказывают, что просмотр фильмов и передач с элементами насилия может привести к усилению агрессивности зрителей. Причем показывается причинно-следственная связь между просмотром и уровнем агрессивности. Но, по замечанию критиков, обстановка экспериментов не является естественной и их данные не приложимы к реальной действительности. Полевые эксперименты чаще проводятся среди детей в учебных заведениях. Детей произвольно разбивают на две группы. Одной демонстрируют сцены насилия и жестокости, другой — нейтральные. Сначала до просмотра анализировал природная агрессивность, а позже сравнивалась с поведением детей после просмотра. При корреляционных исследованиях зрителей просят отметить те передачи, которые они смотрят регулярно. При помощи контент-анализа этих передач определяется средний объем медианасилия на каждого зрителя. Также зрители опрашиваются об их установках и поведении для оценки меры их агрессивности. Затем данные коррелируются, чтобы определить связь между просмотром и агрессивным поведением. Недостатком тут признается неспособность продемонстрировать причинно-следственные связи с достаточной степенью достоверности. Лонгитюдные исследования определяют взаимосвязь между потреблением медианасилия и асоциальным поведением. Гипотезой тут является то, что регулярное потребление медианасилия приводит к кумулятивному эффекту. При естественных экспериментах изучается воздействие медианасилия на тех зрителей, которые впервые сталкиваются с телевидением. Т.е. изучаются асоциальные проявления в районах, где появляется телевидение. Эти исследования дают противоречивые результаты. Экспериментальные вмешательства направлены на выработку у зрителей иммунитета к сценам насилия и жестокости. Как свидетельствуют подобные исследования, медиаграмотность, т.е. критическое восприятие медиапродукта, значительно снижает негативное воздействие сцен телевизионного насилия [Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 194-196].

По Дж. Брайанту и С. Томпсону психологическое воздействие телевизионного насилия включает когнитивное (влияние на восприятие окружающего мира), эмоциональное (немедленная или долгосрочная эмоциональная реакция), поведенческое (влияние на поведение зрителя). Выделяется пять категорий поведенческих эффектов. Это возбуждение, катарсис, десенсибилизация, дезингибция (растормаживание), имитация. Исследователями было отмечено, что при просмотре сцен насилия, эротических и комических зрители испытывали эмоциональное возбуждение, имевшее физиологические проявления. Также отмечалось, что катарсис скорее присущ людям с развитым воображением и фантазией. Механизм же дезингибции объяснялся предположением,

что при привыкании к сценам насилия выключаются сдерживающие механизмы социальных санкций против совершения правонарушений. При этом некоторые исследования показывают, что воздействие этого фактора возрастает при показе насилия, санкционированного обществом. Этот вывод подтвержден и некоторыми лонгитюдными исследованиями. В ходе одно из них исследованию относительно просмотра телепередач подверглись около восьмисот восьмилетних детей. Через десять лет была разыскана примерно половина из них и зафиксирована устойчивая корреляция между просмотром сцен насилия в детстве и уровнем агрессивности в зрелом возрасте [Eron L.D., Huesmann L.R., Lefkowitz M.M. & Walder L.O., 1972; по Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 202, и далее].

Существует также предположение, что зрители могут имитировать, т.е. воспроизводить те модели поведения, которым они научились по телевидению. Особенно это может быть присуще детям, которые могут отождествлять себя с персонажами фильмов и пытаться подражать им. В плане доказательства этой гипотезы интересны эксперименты, проводимые под руководством А. Бандуры. Дети были разбиты на три группы: одной группе показали сцены с записью того, как кидают и бьют надувную куклу Бо-Бо, второй — фильм, не содержащий насилия, третьей вообще ничего не демонстрировалось. Потом детей завели в игровую комнату, где среди игрушек была и кукла Бо-Бо. Дети из первой группы имитировали увиденное агрессивное поведение. А. Бандура объяснил эффект имитации частично дезингибицией, частично научением [Bandura A., 1978: 12-29; 1979: 316-356; 1982: 122-147; 1985]. Ряд крайне важных исследований [Huesmann L. R., Eron L. D., 1986; Singer J.L., Singer D.G., 1983: 331-353] помог установить, каким образом можно ослабить эффект имитации. В ходе экспериментов выяснилось, что агрессивное поведение ослабляется при объяснении того, как снимаются фильмы, каковы механизмы медийного воздействия, при привитии навыков критического восприятия медийного продукта. Таким образом, нашла подтверждение тенденция к введению в учебные курсы школ разных уровней дисциплины «Медиаобразование», к интеграции медиаграмотности в различные учебные предметы.

Интересными были исследования механизмов десенсбилизации. Некоторые эксперименты демонстрировали, что при регулярном просмотре сцен насилия аудитория как бы привыкает к насилию на экране и становится менее восприимчива к жестокости и более готова к проявлениям насилия в реальной жизни. Дж. Брайант и С. Томпсон приводят данные двух экспериментов. Во время одного из них было выяснено, что дети, которые видели экранные сцены насилия, меньше общаются за помощью к взрослым, когда становятся свидетелями драк [Drabman R.S., Thomas M.H., 1974: 418-421; Thomas M.H., Horton R.W., Lippincott E.C., Drabman R.S., 1977: 450-458]. В ходе другого выяснилось, что дети, которые смотрели телевизор 25 и более часов в неделю, меньше физиологически реагировали на сцены насилия, чем дети, которые смотрели телевизор менее 4 часов в неделю [Cline V., Croft R., Courtier S., 1973: 360-365].

Следует отметить, что ряд исследований демонстрировали различные типы эмоционального проявления воздействия сцен наси-

лия (от испуга и беспокойства до устойчивого страха и опасения стать жертвою преступления). Масштабное исследование подобных реакций у детей было проведено под руководством Дж. Кантор [Cantor J., 1998]. Причем была отмечена зависимость реакций от возраста детей. Если младшие пугались угрожающих персонажей и ситуаций, то старшие реагировали не столько на образы, сколько на угрожающие раздражители как конкретные, так и абстрактные. Эксперименты Дж. Кантор также демонстрировали роль медиаобразования. Например, перед просмотром сцен насилия детям объясняли, как сопротивляться пугающим сценам. Кроме того, ученые выяснили, что для детей старшего возраста можно применять когнитивные копинг-стратегии, т.е. способы преодоления стресса. Так, старшие дети могли противостоять страху от демонстрации колдуньи в фильме, если перед этим получали дополнительное разъяснение о том, что это только женщина в соответствующем костюме. Дж. Брайант и С. Томпсон также приводят некогнитивную копинг-стратегию, основанную на десенсибилизации. При использовании метода наводнения (просмотр многочисленных пугающих сцен в безопасной обстановке уровень испуга детей значительно снижается). Исследователи отдельно отмечают тот факт, что испуг у детей вызывают и новостные сообщения, например, об актах насилия, стихийных бедствиях, голоде и войнах.

Б. Гантер выделил четыре основных категории факторов, которые снижают интенсивность воздействия телевидения на мировосприятие. Он назвал их уровнями суждения. Это специфика передачи, ее восприятие зрителем и интерпретация, личное отношение индивида к насилию, специфика ситуации. Под последним уровнем понимается то, каким передачам отдает предпочтение зритель, с элементами насилия или без [Gunter V.G., 1987; по Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 205]. Таким образом, ученый пришел к выводу о том, что человек способен селективно воспринимать телеинформацию с изображением насилия. Большую роль тут играет личное отношение человека, его социальный опыт, восприятие им конкретного телепродукта.

В конце 90-х гг. XX в. Дж. Федермен выделил общие тенденции в телепередачах с изображением насилия. Это приукрашивание сцен насилия («хорошие парни» без раздумий осуществляют насилие, «плохие парни» не всегда наказаны за применение насилия); интеллектуализация насилия (не показываются физические повреждения и страдания объекта насилия); представление насилия как обыденного явления; отсутствие акцентирования на борьбе с насилием; большинство (60 %) передач содержат сцены насилия; в прайм-тайм телепередач со сценами насилия больше; в типичной передаче демонстрируется около шести сцен насилия в час; типичный американский школьник видит более пятисот сцен насилия в год [Federman J., 1998: 29-34; по Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 206]. Как видим, интенсивный показ сцен насилия характерен для телевидения в разных странах.

Различные государства в разное время пробовали применять различные методы для защиты несовершеннолетних от контента с изображением насилия. Так, Акт о телекоммуникациях 1996 г. в США обязал производителей телевизоров оснащать их так называемыми V-чипами, т.е. устройством, которое позволяло родителям блокировать сигнал и

прерывать нежелательные передачи. В целом, это нововведение было оценено положительно, хотя были исследователи, которые указывали на создание эффекта «запретного плода». В конце XX ст. было проведено трехлетнее исследование влияния телевизионного изображения сцен насилия на поведение людей. Опубликованные в 1998 г. результаты (National Television Violence Study) свидетельствовали о связи между просмотрами сцен насилия и проявлениями агрессии. Кроме того, по мнению авторов доклада телевидение стало более поощрять имитацию сцен насилия. Тогда же были проведены два исследования Д. Зиллмана и Дж. Уивера, которые тоже свидетельствовали о связи между длительным просмотром сцен насилия и агрессивным поведением. Авторы исследования показывали испытуемым различного вида фильмы. Кроме того, было отмечено, что наименее склонны к повторению насилия женщины, а наиболее мужчины, которые и до того имели высокий рейтинг враждебности, презрения к опасности и дефицит эмпатии. Новая волна исследований была связана с расстрелом учащихся в Литтлтоуне (Колорадо) в 1998 г. Тогда по поручению президента США министерство здравоохранения провело специальное исследование. Была обнаружена устойчивая связь между просмотром сцен насилия и краткосрочными проявлениями агрессии. Но эта агрессия не означала нанесения тяжких увечий или убийств. Наоборот. Американская статистика свидетельствует о сокращении количества тяжких преступлений, сокращении числа несовершеннолетних, убитых из огнестрельного оружия, уменьшении числа школьников, участвующих в драках или имеющих огнестрельное оружие. В целом, нельзя не согласиться с выводами Дж. Брайанта и С. Томпсон о том, что лучшая защита от пагубного воздействия телевизионных изображений насилия — это обучение аудитории [Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 207-209]. Именно на это направлено медиаобразование.

Существуют различные пути оказания давления на масс-медиа для того, чтобы ограничить поток насилия в его материалах. Традиционными являются различного рода запреты и ограничения. Это могут быть требования маркировки фильмов, ограничения свободного распространения того или иного вида информации (например, порнографического характера). Кроме того, существуют взгляды, что монополизация медиа может привести к позитивным сдвигам, т.к. крупные медиа-корпорации не будут поддаваться давлению, а, следуя цели завоевать доверие аудитории для финансового успеха, будут избегать провокационных материалов. Последняя точка зрения опровергается рядом исследований. Существует также самоограничение со стороны медиа, прежде всего, в форме этических и профессиональных стандартов. По-видимому, лучшим средством является специальное образование аудитории, начиная с младшего школьного возраста. Знание рисков, связанных с просмотром телепередач, особенностей телепроизводства помогает зрителям селективно воспринимать медиапродукт.

**Исследования воздействия продукции сексуального характера.** Значительная часть исследований свидетельствует, что медиапродукция сексуального характера возбуждающе действует на аудиторию. Собственно для этого она и создается. При исследовании воздействия продукции сексуального характера возбуждение определялось опросом зрителей, термографией и по изменениям состояния половых органов.

Около двух третей аудитории видеопродукции сексуального характера составляют мужчины. Женщины ориентированы на сексуальную продукцию с романтическим сюжетом, автором которой также является женщина. В отличие от женщин, на мужчин возбуждающе действуют также сексуальные сцены с насилием и унижением. К интересным выводам пришли исследователи при определении того, какая продукция более возбуждающа. Оказывается жестокое порно часто менее возбуждает аудиторию, чем эротические материалы менее откровенного характера. Возможно, действие таких материалов аналогично действию «холодных» медиа Г.М. Маклюэна, т.е. необходимость домысливать действует более возбуждающе. Исследователи признают индивидуальный характер сексуального раздражения. Но при этом сходятся в том, что материалы сексуального характера учат возбуждению. Например, во время одного из экспериментов мужчинам одновременно показывали фотографии обнаженных женщин и женские сапожки. В результате, участники эксперимента испытывали возбуждения уже только от вида женской обуви. Также отмечено, что постоянное обращение к порноматериалам вызывает привыкание, и зритель склонен к просмотру сцен с различными сексуальными извращениями, чтобы с помощью более сильных раздражителей получить возбуждение. При этом испытуемые получали все меньшее удовлетворение от обычных сексуальных контактов. Научение проявляется также в том, что люди, которые интенсивно смотрят порнофильмы, склонны преувеличивать популярность и обыденность таких форм секса, как фелляция, куннилингус, анальный секс и т.д.). Эксперименты также показали эффективность моделей социального научения. Подростки, имеющие доступ к эротическим видеоматериалам, склонны к изменению моральных устоев. При этом снизить влияние медиа может: 1) четкая система семейных ценностей, 2) возможность свободно обсудить семейные вопросы с родителями, 3) активный критический просмотр телепередач. Последний навык вырабатывается во время занятий по медиаграмотности. Материалы сексуального характера являются дополнительным фактором при просмотре сцен насилия. Если материалы приятные, то агрессия подавляется, если нет, то возрастает. Спорным вопросом остается связь порноматериалов и преступлений сексуального характера. Одни исследования свидетельствуют, что значимой корреляции тут не существует, хотя для отдельных преступников потребление порноматериалов очень значимо. Другие исследования говорят о положительной корреляции между потреблением порноматериалов и совершением преступлений сексуального характера [Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 221-230].

Ю. Рюзер отмечает неопределенность самого термина «насилие» в контексте масс-медиа [Рюзер Ю., 2011: 132 и далее]. Господствующим тут является представление об инсценировании в медиа физического насилия и угрозы. Но также насилием иногда называют и представление несчастных случаев и даже природных бедствий. Причем при рассмотрении проблемы презентации в медиа насилия, речь чаще всего идет об электронных медиа и значительно реже о печатной прессе и книгах. При обвинениях медиа в пропаганде насилия и жестокости четко прослеживается дихотомия «высокая культура» и «массовая культура». При этом считается, что в первой изображении сцен насилия оправдано



высоким замыслом и мастерством исполнения, а во второй — приносит отрицательные последствия и пагубно влияет на поведение и психику человека. При этом упускается тот момент, что такое деление полностью зависит от личных вкусов и представлений. М. Кунчик сформулировал «железное правило», согласно которому «чем дольше автор мертв, тем больше шанс, что насилие будут считать искусством». Несмотря на значительное количество исследований, посвященных проблеме медианасилия (более пяти тысяч) не существует четкого понимания механизма его действия. Не понятно также почему одни люди склонны следовать практикам насилия, которые они видят на экране, а другие нет. Господствующей гипотезой является та, которая предусматривает усиливающий фактор или в прошлом опыте человека, или в его нынешних жизненных обстоятельствах. Часть исследований также рассматривают вопрос, почему насилие играет такую важную роль в массовой культуре? По-видимому, причина в том, что изображение насилия презентует социальные конфликты и иерархические структуры в самом обществе. Согласно концепции популярности, успех имеют те сообщения которые реципиенты могут соотносить со своим повседневным опытом.

Как видим, у исследователей возникают серьезные трудности из-за неоднозначности объекта изучения. По-видимому, человек способен к научению, и тот медиаматериал, который сегодня способен вызвать негативную реакцию, при последующем просмотре ее возможно уже не вызовет. Кроме того, человек селективно воспринимает медиаматериалы, и его практические действия часто вызваны его более ранними установками, а не негативным воздействием медиа.

## Структурно-функциональный подход

Необходимо отметить, что хотя на сегодняшний день структурный функционализм, в основном, утратил свои позиции, в течение нескольких десятилетий XX в. именно он определял направление интерпретации и развития социологических знаний. Структурный функционализм вовсе не означает комплексного исследования структуры и функций. Многие исследования в рамках этого направления изучали отдельно или структуры, или функции разных социальных образований и процессов. Расцвет структурного функционализма приходится на годы после окончания Второй мировой войны. Стоит отметить особый вклад в теорию структурного функционализма американских социологов Толкотта Парсонса и Роберта Мертона. Т.Парсонс разработал схему AGIL (от англ. Adaptation, Goal Attainment, Integration, Latency). Эта схема обозначает функции, которые необходимы для существования системы, т.е. адаптация (к внешней среде), целедостижение (самоопределение целей и достижение их), интеграция (управление координацией собственных элементов и функций) и латентность (поддержка ценностных образцов, т.е. воспроизводство и сохранение структуры). Что касается масс-медиа, то они входят в систему культуры, задача которой поддерживать ценностный образец, т.е. исполнять латентную функцию. При определении роли системы культуры в мировоззрении

Т.Парсонса серьезную роль играет проблема поддержания взаимодействия систем. Система должна функционировать совместно с другими системами (например, социальными, личностными), важна поддержка со стороны других систем и удовлетворение потребностей своих акторов. Важен также контроль над деструктивным поведением и конфликтами. Система также должна иметь язык. Т.Парсонс особо отмечал роль интеграции ценностных образцов для взаимодействия акторов и социальной системы. Когда ценностные образцы системы становятся частью совести акторов, сами акторы становятся неотъемлемой частью системы. Масс-медиа играют решающую роль в поддержании функционирования главных механизмов равновесия системы: социализации и социального контроля. Система культуры понималась Т.Парсонсом как важнейшая в структуре социальных систем, т.к. именно она связывает системы действия, т.е. элементы социального мира. Символический характер культуры позволяет передавать ее другим социальным системам, а также контролировать их. Масс-медиа сильно воздействуют на систему личности, вырабатывая потребности, которые служат стимулом к действиям. Т.Парсонс разделял эволюцию общества на три фазы: примитивную, промежуточную и современную. Причем критерием выступают культурные значения. Так, при переходе от примитивной фазы к промежуточной основную роль играет развитие письменного языка. Р.Мертон выделил понятия дисфункций и нефункций, т.е. он считал что ряд функций играют противоречивую роль в системе, а часть вообще не играют существенной роли. Причем, в отличие от Т.Парсонса, Р.Мертон обратил внимание на возможность для функции (вернее, дисфункции) играть деструктивную роль в социальной системе (например, ультранационалистические взгляды в условиях глобализации и ядерного оружия). Р.Мертон уделял большое внимание исследованию культуры, т.к. считал ее совокупностью нормативных ценностей, которые управляют поведением членов общества. Если социальная структура препятствует типам поведения, которые требует культура (в т.ч. через масс-медиа) наступает аномия, и, как результат, возникновение девиантного поведения [Ритцер Дж., 2002: 114-160]. По Р.Мертону, потребности определяют деятельность общества. При этом медиа предстают как самоорганизующаяся и самоконтролируемая подсистема (эти взгляды поддерживаются многими современными философами, в частности, Н.Луманом), которая действует в соответствии с определенными правилами. Г.Спенсер считал, что подсистемы могут существовать только в общей структуре, т.е. ни медиа, ни другие социальные институты вне общества функционировать не могут [Шарков Ф.И., 2003: 211].

В связи с взглядами Р.Мертонa необходимо сказать несколько слов о функциональном анализе. Этот подход избавился от представления о коммуникации как о линейном, одностороннем процессе. В функциональном подходе прослеживается четкое разделение на составляющие массовой коммуникации, кроме того, тут четко разделены система (от индивида до общества в целом) и внешняя среда. По функциональному анализу все системы имеют определенные условия или требования (англ. requirement) или должны решать определенные проблемы. Таким образом, массовая коммуникация тоже решает определенные проблемы индивидов и общества. Для любого решения существуют

функциональные альтернативы, сравнив которые можно вычислить функциональность определенного пути или решения. Причем необходимо учитывать, что деятельность социальных институтов в целом или их конкретные шаги могут быть функциональными для одних социальных групп и дисфункциональными для других. В.Шульц приводит пример развлекательных материалов медиа, которые являются функциональными для индивидов, обеспечивая их психологическую разрядку, и дисфункциональными для общества, предлагая затворническое, апатичное поведение вместо активной социальной позиции [Шульц В., 2007: 644-645].

П.Лазарсфельд и Р.Мертон считали, что массовая коммуникация кроме просветительских и информационных целей также присваивает статусы личностям, проблемам и структурам, укрепляет социальные нормы, хотя может играть и роль дисфункции (поэтому их взгляды в этом отношении называют теорией статус-кво). В частности, это проблема «преобразования энергии людей от активного участия к пассивному знанию» [Лазарсфельд П., Мертон Р., 2000: 144-145; по Березин В.М., 2003: 23]. Основной их тезис таков: «Само по себе наличие в обществе масс-медиа не оказывает на него столь сильного воздействия, как это зачастую предполагается». Кроме того, были выделены основные социальные функции масс-медиа. Это функция присвоения статуса, т.е. медиа присваивают статус проблемам, личностям, организациям, движениям. Это происходит из-за того, что внимание масс-медиа наделяет социальный субъект престижем, выделяет его из анонимной массы. Кроме того, существует функция укрепления социальных норм (эти нормы укрепляются и путем осуждающего показа медиа образцов аномативного поведения) и дисфункция наркотизации. Вывод о наркотизации делается на основании одновременного увеличения времени контактов с медиа и возрастания общественной апатии. Т.е. «чтение и прослушивание» уменьшают «организованное социальное действие», энергия людей преобразовывается «от активного участия к пассивному знанию». Кроме того, медиа, умалчивая определенные проблемы, содействуют конформизму и минимизации критических настроений в обществе.

Функционалистскую теорию в массовой коммуникации разработал Г.Д.Лассуэлл. Его первые исследования массовой коммуникации и пропаганды вышли после Первой мировой войны (прежде всего, имеется в виду работа «Пропаганда союзников в первой мировой войне» [Lasswell H.D., 1995], в которой речь идет о путях манипулирования общественным мнением), но основные разработки пришлось на конец 40-х гг. XX в. Г.Д.Лассуэлл выделял четыре основные функции масс-медиа: новостей и информирования (обзор окружающей среды — тут выявляются угрозы обществу и его ценностям), редакторская (формирование реакции на эту информацию — коррелирование реакций частей общества), отвлечения (рекреационная) и социализации (передача культурных образцов, прежде всего, следующим поколениям). Медиа в данном случае предстают ресурсами для их использования индивидами [Лалл Дж., 2002: 103]. Другие авторы выделяли также социализирующую функцию масс-медиа, создания общественности, артикуляци-

онную, образовательную, функции критики и контроля [по Шульц В., 2007: 646].

Необходимо отметить, что в Советском Союзе многие ученые находилось под сильным влиянием парадигмы Г.Д.Лассуэлла. Конечно, в результате известных обстоятельств все они критиковали эту парадигму, но в противовес ей выстраивали свои цепочки, подобные лассуэлловской. Так, Е.П.Прохоров обосновывал свою цепочку: издатель — журналист — действительность — текст — канал информации — аудитория [Прохоров Е.П., 1984: 65-80]. М.И.Жабский приводил такую схему кинопроцесса: художник — фильм — продвижение фильма к зрителю — зритель — социальный эффект ленты [Жабский М.И., 1989: 50].

В классическом социологическом труде советского периода «Массовая информация в советском промышленном городе» были определены такие виды информационной деятельности: создание (производство) информации — формулировка тех или иных суждений, сведений и закрепление их в соответствующих текстах, системах знаков; перевод информации — перенесение значения (содержания) текста из одной знаковой системы в другую; размножение информации — воссоздание одного и того же текста в большем или меньшем количестве экземпляров; передача (распространение) информации — трансляция и ретрансляция текста с помощью тех или иных технических средств; потребление информации — принятие текста, его усвоение и тому подобное; использование информации — разного рода манипулирование текстом с целью создания новой информации или достижения результатов, которые имеют неинформационную природу; сохранение информации — обеспечение возможности ее многократной актуализации во времени; разрушение информации физическое или моральное уничтожение (дезаурирование) текста, создание преград на пути его распространения и тому подобное [Массовая информация..., 1980: 20]. В «Социологическом справочнике» социологическая модель функционирования массовой коммуникации включает у себя три основных компонента, которые соединены по принципу прямой и обратной связи: социальный субъект производства и распространения массовой информации, социальная информация как предмет массового общения и субъект восприятия массовой информации [Социологический справочник, 1990: 298-299].

Все эти схемы, модели, парадигмы сознательно или подсознательно ориентируются на коммуникационную цепочку Г.Д.Лассуэлла, соглашаются или спорят с ним. Что же создал Гарольд Дуайт Лассуэлл? В 1948 г. в сборнике «Коммуникация идей» он напечатал написанную еще в 1946 г. статью «Структура и функции коммуникации в обществе» [Lasswell H.D., 1948: 37]. В этой статье впервые и появилась формула, которая и в настоящий момент привлекает внимание исследователей. Он также выдвинул идею о том, что функции социальной коммуникации аналогичны схеме сигнализации и управления в живом организме и животном мире (однако это не означает, что массовую коммуникацию можно изучать методами, которыми «анализируются животные или отдельные физические организмы» — хотя для Г.Д.Лассуэлла различие состояло прежде всего в том, что животных нельзя интервьюировать). Исходя из этой аналогии, Г.Д.Лассуэлл сделал вывод, что люди,

контролирующие средства массового общения, могут выполнять демократическую функцию, а именно — распространять такие сообщения, которые способствуют прояснению сознания «простого человека» и даже поднимать его сознание к «той картине, которую составили себе о том же предмете специалист и лидер». Условием этого должно быть общество, где власть держится не на искажении действительности. Коммуникация должна быть «направлена на поддержание сообщества как такового». В отдельных условиях она может быть «средством сохранения власти». Рядом с этими функциями приводится и знаменитая формула акта коммуникации: «Кто сообщает? Что именно? По какому каналу? Кому? С каким эффектом?». Абстрактные рассуждения Г.Д.Лассуэлла уже забыты, а вот его формула живет и до сих пор. Она оказалась полезной для исследовательской работы, а теоретики обосновали с ее помощью теорию одностороннего потока коммуникации.

Попробуем рассмотреть лассуэловскую парадигму более детально. Ответ на вопрос «Кто?» принуждает проводить исследование явлений, которые инициируют и направляют процесс коммуникации, т.е. анализ процессов управления массовой коммуникации. и собственники, и те, кто стоит за ними, и собственно журналисты, и руководители органов массовой коммуникации.

То есть анализ первого звена позволяет изучать того, кто руководит процессом коммуникации и осуществляет его, изучать коммуникатора в широком понимании слова (сам Г.Д.Лассуэлл называл это анализом контроля). При этом ученый четко различал тех, кто занимается только распространением сообщений, и тех, кто «влияет на содержание сообщений». В целом, Г.Д.Лассуэлл подразделял коммуникаторов на манипуляторов (контролеров) и управленцев, при этом влияют на содержание информации именно первые.

Некоторые ученые, например У.Шрамм [Schramm W., 1968: 16], считают основным источником массовой коммуникации «институциональную личность», то есть редактора, продюсера и тому подобное. У.Шрамм также исследовал методы сбора и отбора информации, предоставления ей таких форм, которые бы привлекали аудиторию. Ученый тщательным образом изучал личность коммуникатора, его социальное окружение, прошлое, образование и тому подобное. «Коммуникаторами» У.Шрамм считал всех представителей нетехнических профессий, которые принимают участие в акте коммуникации, то есть журналистов, редакторов, сценаристов, режиссеров и т.п. Кроме отдельных личностей В.Шрамм изучал, отвечая на вопрос «Кто?», и группы лиц, которые контролируют процесс коммуникации. Внимание обращалось на экономические и юридические аспекты проблемы.

Второе звено парадигмы Г.Д.Лассуэлла «Что передают?» направлено на изучение содержания коммуникации. Нужно отметить, что это одна из важнейших составляющих коммуникационного процесса, которая соединяет коммуникатора и аудиторию, изучая которую можно сделать наиболее объективные выводы о направленности коммуникации. Нередко содержание коммуникации способствует изучению других составляющих коммуникационного процесса. Чаще всего на Западе для этого применяют метод контент-анализа. Основное преимущество этого метода заключается в его объективности и строгости, то есть если

на смену сегодняшним придут другие исследователи и будут осуществлять анализ на том же массиве и с теми же единицами, то они должны получить такие же результаты. Заметим, что не имеют оснований обвинения некоторых ученых в том, что «в действительности контентный анализ ... не столько обнаруживает ... истинное содержание, сколько, напротив, маскирует его» [Бирюков Н.С., 1977: 153]. В связи с изучением содержания коммуникации следует вспомнить о теории стереотипов У.Липпмана. Этот выдающийся американский ученый считал, что поскольку человек уже не в состоянии усвоить весь сложный мир, то он создает его модель на основании стереотипов. Стереотипы, за Липпманом, помогают человеку составить представление даже о тех предметах и явлениях, с которыми он еще не сталкивался. Интересна в этом отношении книга профессора университета в Сан-Диего (США, Калифорния) Г.Шиллера «Те, кто руководит умом» [Schiller H., 1973]. Этот ученый считает, что с помощью масс-медиа можно «программировать» ум человека. Он приводит пять основных мифов, на которых держится деятельность масс-медиа США: об индивидуализме и личном выборе, о нейтралитете, о неизменности человеческой природы, об отсутствии социальных конфликтов, о плюрализме.

Ответ на третий пункт «По какому каналу?», по Г.Д.Лассуэлу, можно найти в результате медиа-анализа. Тут проводится анализ самих масс-медиа. Причем коммуникация может быть как одно-, так и двухсторонняя. В массовой коммуникации, которая имеет, в основном, одностороннюю направленность, особое значение приобретают научные исследования, т.к. они могут дать собственникам и «контролерам» масс-медиа знания о реакции на сообщения массовой коммуникации.

Теперь обратимся к вопросу «Кому передается?» и «С каким эффектом?», то есть к изучению аудитории и процесса восприятия аудитории содержания коммуникации. Подобные исследования регулярно проводятся в большинстве развитых стран мира.

Г.Д.Лассуэлл считал, что процесс коммуникации становится «эффективным в случае, если уровень рациональности возрастает». Общество должно устранять факторы, препятствующие эффективной коммуникации. На эффективность влияют также «факторы престижности и сенсационности материалов, а также особенности психологической структуры коммуникатора». Например, в Англии эту работу ведет Отдел исследования аудитории BBC с 1936 г.

Интересное развитие получило исследование звена «По какому каналу?», то есть исследование канала коммуникации. Это, конечно, связано с деятельностью Г.М.МакЛюэна. Но вернемся к формуле Г.Д.Лассуэлла. Эту формулу критиковали, ее пробовали совершенствовать как сам автор, так и его последователи, в частности, добавлялись звенья «С какой целью?» (т.е. исследовались причины коммуникации), «Каким образом?» (технические аспекты коммуникации), «Каковы результаты?» (обратная связь), но только пяти основных звеньев парадигмы выдержали испытание временем и остаются одной из основных концепций современной социологии массовой коммуникации. Хотя, без сомнения, требования времени вносят свои коррективы и в коммуникационную цепочку. В частности, значительно возросла роль обратной связи. Более того, интерактивность можно назвать одной из особенностей новейших

медиа. В условиях активной реакции на содержание, самостоятельное создание нового содержания, обмена информацией коренным образом меняются понятия коммуникатора, масс-медиа и аудитории.

Другой классик структурно-функционалистского направления в изучении масс-медиа П.Лазарсфельд провел множество интересных исследований и является автором многих научных постулатов, но вошел в историю, прежде всего, как основной создатель концепции двухступенчатого потока коммуникации (позже его последователи разработали теорию многоступенчатого потока). Именно эта теория положила конец представлениям о всемогуществе масс-медиа, о том, что их влиянию аудитория не в состоянии противостоять. Концепция П.Лазарсфельда привела к господству иной точки зрения: масс-медиа имеют минимальное влияние на мнения и поступки аудитории, люди делают самостоятельные выводы, исходя из своих потребностей, и обращаются к тем материалам медиа, которые соответствуют их установкам, игнорируя материалы, которые им противоречат. Об ограниченности роли масс-медиа свидетельствовали и эмпирические данные. Так, в 1940 г. против Ф.Д.Рузвельта выступали большинство газет, а он уверенно победил на выборах президента. В 1948 г. за Г.Трумэна выступали только 16,2 % ежедневных газет (14 % от общего тиража). Несмотря на это демократ получил 49,5 % голосов избирателей [Терин В.П., 2000: 31].

Непосредственно в основу этих теоретических построений легло исследование влияния массовой коммуникации на электоральные настроения (исследование проводилось учеными Колумбийского университета во время президентских выборов в графстве Эри штата Огайо). Была сделана выборка из 600 семей (в среднем по 5 чел.), которую опрашивали с мая по ноябрь 1940 г. Первоначальной гипотезой было то, что влияние будет следовать по модели «стимул-реакция», но полевые исследования зафиксировали такие тенденции: масс-медиа не являются основным источником для принятия решений, и информация поступает к населению не напрямую, а через посредников. 53 % избирателей определились со своим выбором с самого начала и не меняли его, 24 % сделали предсказуемый выбор, 15 % колебались, но вернулись к первоначальному варианту. Только 8 % избирателей в начале собирались голосовать за одного кандидата, но в ходе кампании поменяли свое решение и проголосовали за другого. Причем две последние категории были индифферентными к медийным материалам. Люди чаще голосовали так, как их близкие, а не как уговаривали масс-медиа. Причем одни люди активно обращались к материалам медиа, другие склонны были следовать советам. Первых П.Лазарсфельд назвал лидерами мнений, а вторых последователями мнений [Бакулев Г.П., 2005: 47-49]. В 1940 г. П.Лазарсфельд, Б.Берельсон и Г.Годе выпустили работу «Выбор народа» [Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H., 1944], в которой впервые была обоснована идея непрямого потока коммуникации. Исследователи пришли к выводу, что аудитория не воспринимает информацию изолированно (т.е. опровергли атомистические взгляды, которые господствовали ранее), что большую роль в процессе выбора, восприятия и усвоения информации играет социальное окружение. Таким образом, основная часть населения воспринимает информацию не прямо от масс-медиа, а опосредованно, через людей, которые пользуются авторитетом в том

или ином вопросе. Этих людей называли лидерами мнений. Выделяли лидеров мнений в результате опроса. Задавалось два вопроса: пробыли ли Вы в последнее время кого-то переубедить в своих политических взглядах и обращались ли к Вам в последнее время за консультациями по вопросам выборов. Если человек отвечал «да» на оба вопроса, он считался лидером мнений. Выяснилось, что лидеры мнений не обязательно обладали высоким социальным статусом. По социально-экономическим показателям они входили в те же группы, что и лица, на которых они оказывали влияние. Это влияние оказывается в неформальной обстановке и, как правило, ограничивается узкими сферами интересов (т.е. лидер мнений в области политики сам может испытывать влияние лидера мнений в вопросах ведения хозяйства или моды и т.д.). Выяснилось, что лидеры мнений в области политики активно пользуются материалами масс-медиа и имеют больше знаний по этому предмету, нежели другие граждане. Таким образом, лидеры мнений находятся на стыке массовой и межличностной коммуникации. Они выполняют функции, с одной стороны, посредника между населением и масс-медиа и информационную функцию, с другой стороны, функцию усиленного влияния на своих менее коммуникабельных и интегрированных в социальные группы собеседников [Шенк М., 2007: 440]. Позже, в 1955 г. эти идеи были объединены в теорию двухступенчатого потока коммуникации, отработанную во время исследования в г.Декатуре (штат Иллинойс) [Katz E., Lazarsfeld P., 1955]. Выяснилось, что лидеры мнений действуют не в вертикальной, а в горизонтальной плоскости (влияют внутри своей социальной группы), это экстраверты, активно использующие медиа и являющиеся образцов выполнения внутригрупповых норм.

Согласно этой теории, на первый план выходит соединение массовой и межличностной коммуникации. П.Лазарсфельд выделил несколько пунктов, которые отличают межличностную коммуникацию («личное влияние») от коммуникации массовой: 1) личное влияние носит менее целенаправленный характер, что приводит к ослаблению защитных систем в сознании реципиента (например, высказывания походя могут прозвучать в беседе, посвященной в целом совершенно иной тематике, а слушатель может быть вообще пассивным ее участником); 2) личное влияние гораздо более гибко реагирует на сопротивление убеждению (в частности, благодаря этому фактически исключен эффект бумеранга); 3) важным для конформистски настроенных слушателей являются эмоциональные «награды за послушание», которые они получают от лидеров в ходе беседы; 4) мнения лидеров мнений, которые относятся к одной социальной группе со слушателями, более для них значимо, нежели мнения далеких и незнакомых журналистов; 5) при личном влиянии возможны действия, в правильности которых реципиент не убежден (например, голосование за определенного кандидата, потому что на этом настаивает референтная личность). Р.Мертон выделял локальных и космополитических лидеров мнений. Локальные личности значимы для решений, касающихся внутренних проблем группы, космополитические — «отвечают» за проблемы, находящиеся вне группы. Для первых значимым является понимание, для вторых — знание. Естественно, для масс-медиа важны космополитические лидеры. Е.Кац в своих разработках выделил лидера лидеров мнений, т.е. личностей релевантных для космополитических ли-



дерев. Именно это привело к преобразованию теории двухступенчатого потока коммуникации на многоступенчатого. Лидерами высшего порядка являются знаменитости, которые часто выступают в масс-медиа [Ситников А.П., Гундарин М.В., 2003: 31-36]. Лидеры мнений низшего порядка являются активными потребителями масс-медийной продукции, т.к. потом они ретранслируют ее в своей социальной группе и имеют, благодаря этому, определенный социальный статус.

Для коммуникационного воздействия присутствие лидеров мнений упрощает задачу. Влияние на 10 % населения (лидеров мнений) позволило для американцев охватывать все население Ближнего Востока во время войны в Персидском заливе. Разработаны методики для определения лидеров мнений. Они состоят из 1) метода самоопределения (т.е. как сам человек оценивает свое влияние). Осложняющим моментом тут является вероятность неадекватной самооценки; 2) социометрический метод (опрашивается социальная группа, к кому они обращаются за советами); 3) метод ключевых информантов (в группе выделяются информанты и опрашиваются на предмет самого влиятельного человека); 4) объективный метод (измеряются результаты воздействия одних членов группы на других). Г.Г.Почепцов выделяет такие характеристики лидеров мнений (кроме их коммуникационной активности):

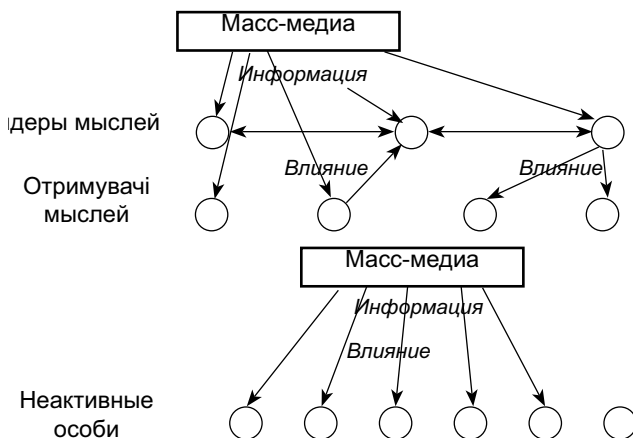
<b>Общие характеристики</b>	<b>Специфические характеристики по конкретной области</b>
Ищут новую информацию	Интерес
Любят разговаривать	Знание
Обладают уверенностью в себе	Читают специализированные масс-медиа
Всегда в обществе	Одного возраста
	Одного социального статуса
	Раскрыты к информации за пределами группы

Вообще-то лидеров мнения 10-15 % от состава социальной группы, но вследствие того, что по разным вопросам лидерами мнений являются различные люди, лидерами оказываются от трети до половины людей. Выделяют четыре типа людей по способности быть лидерами мнений: социально интегрированные, социально независимые, социально зависимые и социально изолированные. В 1982 г. американская организация Coreg выделила параметры, которые помогают определиться с лидерами мнений: 1) деятельность (за последний год совершили три или более таких действий: посетили общественное собрание, написали письмо депутату, написали в газету, помогли политической партии, участвовали в митинге); 2) доход (30 % получают более 50 тыс. долларов в год, примерно столько же — менее 30); 3) образование (три четверти посетили среднюю школу, 11 % учились дальше); 4) использование масс-медиа (чтение, а не просмотр — основной путь получения информации); 5) семейный статус (как правило, женаты); 6) параметры важности (придают большое значение престижности (торговые марки), эффективному

использованию своего времени); 7) отдых (чаще остального населения занимаются спортом, но более заинтересованы в искусствах); 8) окружающая среда (более других интересуются экологическими проблемами) [Почепцов Г.Г. Информационные..., 1999: 188-191; Почепцов Г.Г., 2000: 248-252].

Позже теория многоступенчатого потока коммуникации получила свое развитие в теории диффузии. Эта теория занимается изучением путей и форм влияния медиа на аудиторию. При этом учитываются как фактор лидеров мнений, так и другие особенности прохождения коммуникации от медиа к аудитории [Землянова Л.М. Зарубежная..., 1999: 227].

Теория двухступенчатой коммуникации подверглась сомнению с развитием телевидения, которое часто удаляет лидеров мнений как посредническое звено [Соціологія, 2005: 228]. В.Донсбах в качестве доказательства того, что прямой коммуникационный поток сегодня играет гораздо более важную роль, нежели во времена П.Лазарсфельда приводит три довода. Первый основан на исследовании Д.Робинсона [Robinson J.P., 1976], согласно которому значительное количество аудитории составляют инактивные или non-discussants личности, которые не обсуждают с другими людьми актуальные проблемы и, таким образом, более открыты для медийных влияний. Второй довод представляют результаты исследований М.Шенка [Schenk M., 1984], который пришел к выводу, что гомогенная среда первичных групп сегодня представляет скорее исключение из правил. Из-за существующей гетерогенности мнений, масс-медиа легче проникнуть в умы членов социальных групп. При этом М.Шенк оставался сторонником диффузии идей. Третьим доводом является отмеченная еще П.Лазарсфельдом тенденция лидеров мнений к усиленному потреблению медиа-продуктов. Из-за этого они в межличностной коммуникации, по В.Донсбаху, продолжают тенденции коммуникации массовой [Донсбах В., 2001: 164-165]. Достаточно много данных эмпирических исследований подтверждают гипотезу возрастания прямого влияния масс-медиа. Уже в 1968 г. при исследовании, связанном с президентскими выборами в США, было выяснено, что 51 % выборки не обсуждал предвыборных проблем в ходе межличностной коммуникации. Значительно меньше было выделено лидеров мнений (32 %) и их последователей (17 %) [по Федотова Л.Н., 2003: 93]. Сомнение исследователей вызывало и то, что П.Лазарсфельд в своём знаменитом исследовании не разделил поток информации и поток влияния. Поток информации, собственно говоря, даже не был измерен (выводы делались только на основе опросов). Вызывает сомнение и мера дифференцированности при распределении на лидеров мнений и их последователей. Кроме того, значительную часть населения составляют так называемые недискуссанты, которые не имеют межличностных контактов на определенные темы и подвержены особому влиянию со стороны медиа. Д.Робинсон в результате исследований пришел к выводу, что есть группы отправителей мнений и получателей мнений, роли которых периодически меняются. Хотя есть и группы, которые только получают мнения и влияние (см. схему Д.Робинсона) [Шенк М., 2007: 441-444].



Кроме того, еще во время исследования «Выбор народа» П.Лазарсфельд с коллегами пришли к выводу, что материалы медиа не изменяют точки зрения, а способны только укреплять те, что уже имеются. Таким образом, было положено начало теории усиления или подкрепления.

Интересной является так называемая «теория общественного мнения» Ч.Райта [Wright Ch., 1964]. Концепции Ч.Райта базируются на структурно-функциональном анализе. Автор рассматривает массовые коммуникации как целостную систему, основными функциональными элементами которой являются индивид, subgroup, общество, культура. Четыре основных функции массовой коммуникации — это наблюдение, соответствие, культурная передача, развлечения. Под наблюдением имеется в виду рассмотрение окружающей обстановки, изменений, которые в ней происходят. Соответствие должно осуществлять связь между информацией, которая передается, и окружающей средой. Культурная передача предусматривает преемственность между поколениями, а функция развлечения — информацию рекреативного плана. Отличием от лассуэлловского подхода является внимательное рассмотрение М.Райтом дисфункций массовой коммуникации, то есть недостатков в ее функционировании. Например, одни и те же сообщения могут иметь функциональный и дисфункциональный характер в зависимости от состояния общества или от целевой аудитории. Особо ценной в этом плане является его работа «Массовая коммуникация. Социологическая перспектива» [Wright Ch., 1986].

М.Де Флер попробовал выяснить, как связано содержание медиа и предпочтения аудитории. Масс-медиа в этом контексте рассматривались как самодостаточные социальные системы, состоящие из подсистем. Сама же система масс-медиа является неотъемлемой частью общей социальной (социентальной) системы. Подсистемами масс-медиа, по М.Де Флеру, являются аудитория (она дифференцирована по предпочтениям и социально-демографическим признакам); демокопические организации; редакционные и дистрибуционные организации, спонсоры и рекламодатели, рекламные агентства; системы государственного контроля и самоконтроля. Основным при этом является обмен содержания и денег. Материалы масс-медиа должны быть привлекательными

для аудитории, способствовать продвижению определенных товаров и услуг, отвечать стандартам, принятым в данном обществе [DeFleur M., 1966; по Назаров М.М., 2003: 17-20].

Структурно-функциональный анализ послужил почвой еще для одной концепции — теории «референтных групп». Референтные группы дают коммуникатору и реципиенту стандарт, стереотип, с помощью которого индивид оценивает себя и тех, кто его окружает. Индивид под воздействием группы изменяет свои принципы и ценности таким образом, чтобы они отвечали принципам и ценностям группы. Американские социологи Д. и М. Райли пишут по этому поводу: «В настоящий момент все большего признания получает тот взгляд, что, если ценности реципиента действительно создаются под воздействием первичных групп, к которым он принадлежит или рассматривает принадлежать, его восприятие того или другого сообщения и его реакция на него могут быть лучше понятны в случае установления характера его связи с этими группами и их ценностями» [Социология сегодня, 1965: 625]. Социологи, которые исследуют массовую коммуникацию, рассматривают коммуникатора и реципиента как членов референтных групп, и с этой позиции изучение групп позволяет изучать отдельных индивидов.

В рамках структурного функционализма разработано много теорий. В частности, это теория индивидуального функционализма, которая рассматривает мотивы и действия индивидов как членов аудитории масс-медиа. Она непосредственно примыкает к теориям пользы и удовлетворения.

Теорию диффузии инноваций, или инновации, или адаптации разработал в 1962 г. Э. Роджерс [Rogers E.M., 1983]. Проанализировав более тысячи материалов эмпирических исследований, он пришел к выводу, что люди принимают новые идеи и товары не сразу, а постепенно, в несколько стадий: внимание, интерес, оценка, проверка, принятие, подтверждение. Вначале новшество принимают только инноваторы (около 2,5 % населения — люди, способные на риск, открытые всему новому), потом ранние адепты или последователи (13,5 % — в основном, лидеры мнений), затем раннее большинство (около 34 % — люди, боящиеся принимать скоропалительные решения, они легализируют инновацию), позднее большинство (столько же, и, наконец, поздние адепты (16 % — скептики, ожидающие отзывов). Можно выделить также категорию отстающих, тех, кто принимает инновацию (если, вообще, принимает) тогда, когда она зачастую устаревает. Роль медиа тут важна только на первой фазе — информировать инноваторов. Остальные ориентируются на своих лидеров мнений. Впоследствии, медиа могут быть площадкой для дискуссий. Таким образом, Э.Роджерс считал, что лидеры мнений передают от медиа не информацию, а влияние.

В индивидуальном плане сначала индивид узнает об инновации, потом принимает её, а затем взаимодействует с другими индивидами в социальных группах, содействуя распространению инновации. Э. Роджерс выделил следующие необходимые элементы процесса диффузии инноваций: сама инновация; передача информации от индивида к индивиду; сообщество или социальное окружение; фактор времени. Сам процесс массового принятия инновации ученые называли взрывом, для которого нужна критическая масса принявших инновацию. Кроме того,

ряд ученых (прежде всего, П. Дойчманн и У. Даниельсон исследовали диффузию новостей, т.е. то каим образом распространяются новости. Оказалось, что они распространяются быстрее инноваций [Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 99, 133-141].

К функциональным относится и феноменологическая теория Дж.Клеппера [Klarper J., 1966]. Он считал, что медиа не имеют прямого влияния на аудиторию, что ее влияние незначительно, по сравнению с другими социальными факторами. Медиа могут подкрепить уже имеющиеся установки, способствовать формированию установок у тех, кто колеблется, но они не могут изменить уже имеющиеся установки. Именно за это теорию Дж.Клеппера также называли теорией подкрепления.

Данные президентских выборов в США 1948 г., на которых мы останавливались немного ранее, привели к появлению теории элитарного плюрализма [Key V.O., 1961]. В ее центре парадокс: демократия требует осознанного выбора и активного участия населения в политической жизни, а в реальности политика интересует очень немногих. Кроме того, для общества лучше развиваться эволюционным путем и, в этом смысле, резкие выступления прессы могут причинить вред, «раскачать лодку». Теория предлагает, чтобы власть была сосредоточена у элиты, которая будет соблюдать права меньшинств.

## Теория спирали молчания

Автор теории спирали молчания, знаменитый немецкий социолог Э.Ноэль-Нойманн стала известна благодаря своим работам в области исследования общественного мнения. Именно в ходе изучения проблем формирования общественного мнения в начале 70-х гг. XX в. и возникла концепция спирали молчания. Э.Ноэль-Нойманн обнаружила взаимосвязь между межличностной, групповой и массовой коммуникацией и подтвердила наблюдения социальных психологов о зависимости индивидуальных установок от общественной оценки [Ноэль-Нойманн Э., 1996]. Человек, как существо общественное, оказался склонен к тому, чтобы в своих мнениях и поступках ориентироваться на господствующую в его социальной группе взгляды. Другими словами, индивид подсознательно стремится избежать ситуации, в которой его мнение окажется в меньшинстве, он стремится быть с большинством, с победителями. Именно исходя из этого в некоторых странах запрещают обнародовать данные социологических опросов об электоральных симпатиях за определенное время до выборов. Обнародование данных может привести к массовому голосованию за лидера людей, которые не определились в своих симпатиях. Индивиды, которые считают, что их мнение не разделяется большинством членов социальной группы, склонны к тому, чтобы не высказывать его. Это приводит к тому, что в ходе обсуждения все больше превалирует только одна точка зрения, противники которой, оставшись в реальном или иллюзорном меньшинстве, предпочитают не оглашать свою позицию. Это приводит к иллюзии единомыслия в социальной группе по отдельным вопросам. Большую роль в спирали молчания имеют масс-медиа, которые формируют позицию социальных

групп по общественно-важным вопросам, «общепринятые формулировки». Если индивид не находит таких формулировок, то предпочитает не высказывать своего мнения, т.к. считает, что находится в меньшинстве. Причиной этого явления служит то, что человек подсознательно боится остаться в социальной изоляции.

Таким образом, те, кто считают, что они в большинстве, склонны к высказыванию своего мнения, те же, кто считает, что их мнение не поддерживается большинством, склонны молчать. Поэтому с каждым витком спирали обсуждения возрастает высказывание только одной точки зрения, которая становится господствующей.

Одним из выводов из этой теории является то, что внешнее распределение мнений в социальной группе расходится с истинными настроениями его членов. Это происходит из-за повышенного желания высказаться тех, кто считает, что их точка зрения поддерживается большинством, и молчания тех, кто считает, что у его точки зрения нет или мало сторонников. Г.П.Бакулев выделяет четыре формата распространения мнений: распространение реальных мнений; распространение мнений, как они понимаются; распространение мнений, как они домысливаются; распространение собственных мнений. При этом три последних формата влияют на процесс распространения реальных мнений и, таким образом, подпитывают цепочку спирали молчания [Бакулев Г.П., 2005: 81]. В Германии проведено достаточно большое число эмпирических исследований, в ходе которых, в частности, проверялась теория спирали молчания. Их результаты неоднозначны, но большинство исследований подтвердили точку зрения Э.Ноэль-Нойманн.

Особенно интересны исследования о роли масс-медиа в процессе спирали молчания. Э.Ноэль-Нойманн обнаружила, что индивиды, чья точка зрения находится в меньшинстве, могут поменять молчание на активное высказывание своей позиции, если эта позиция легитимизирована масс-медиа [Noelle-Neumann E., 1989: 28; по Федотова Л.Н., 2003: 94-95]. Таким образом, медиа непосредственно влияют и на поведение людей, и на процесс формирования общественного мнения.

Как вывод, можно еще раз отметить, что люди стремятся уловить тенденцию формирования общественного мнения. При этом те, чье мнение представляется как приоритетное, склоны к его высказыванию, а те, чье мнение выглядит маргинальным, к молчанию. Это приводит к искривленной картине и, в конечном счете, к тому, что общественное мнение может не выражать мнение большинства членов социальной группы. Э.Ноэль-Нойманн противопоставляла спираль молчания (*spiral of silence*) эффекту стадности (*bandwagon effect*). Различие касается, прежде всего, стимулов поведения. В первом случае, это боязнь наказания, изоляции, во втором, позитивные эмоции от того, что находишься с победителем [Ноэль-Нойманн Е., 2007: 85-86].

Таким образом, следует учитывать, что масс-медиа играют как консервативную роль, предоставляя слово, прежде всего, представителям господствующей точки зрения и поощряя конформизм других, так и революционную роль, артикулируя противоположные точки зрения, легитимизируя их и поощряя этим к высказыванию альтернативных позиций. Именно поэтому особенное значение приобретает принцип сбалансированности содержания масс-медиа.

## Теоретические воззрения Г.М.МакЛюэна

Прежде чем приступить к рассмотрению теоретических положений известного канадского социолога, стоит остановиться на взглядах его предшественников по Канадской школе. Наиболее известен среди них Г.А.Иннис. Он считал, что коммуникационные технологии вводят контроль над знаниями, социальными организациями и коллективным сознанием [по Бакулев Г.П., 2005: 11]. Именно у Г.А.Инниса Г.М.МакЛюэн заимствовал и развил многие идеи в сфере развития культуры и общества. При этом сам Г.М.МакЛюэн считал, что политика и общественные организации при этом не сыграют какой-либо значимой роли, развитие общества в определенном направлении неизбежно вследствие развития коммуникационной техники и технологий. Г.А.Иннис (кстати, он был соотечественником Г.М.МакЛюэна) весьма критично относился к развитию коммуникационных технологий. В частности, опасения у ученого вызывали культурные, экономические и политические последствия развития телеиндустрии. Он считал, что новые медиа расширяют пропасть между богатыми и бедными (за счет доступа к коммуникационным технологиями), дают возможность манипуляции для достижения собственной выгоды владельцам медиа-индустрии. Г.М.МакЛюэн не разделял многих критических положений своего предшественника. Можно сказать, что он был энтузиастом развития коммуникационных технологий.

В своих работах Г.А.Иннис рассматривал взаимоотношения средств коммуникации и общества на цивилизационном уровне и ставил вопрос о том, могут ли медиа создавать цивилизации. Все медиа он делил на временные и пространственные. К временным относились те, основное значение которых было в переносе информации во времени, например, камень, изображения на котором будут храниться века; к пространственным Г.А.Иннис относил материальные носители, которые сравнительно недолго существуют во времени, но их можно легко перемещать в пространстве для передачи информации, например, бумага. По Г.А.Иннису, от преобладания определенного типа носителя зависело и развитие конкретной цивилизации. Типам коммуникации посвятил одну из своих работ [Smythe D., 1954] канадский неомарксист Д.Смит. Он выделял средневековый тип коммуникации, для которого было характерно межперсональное общение; коммуникацию Реформации, когда при помощи печатного станка коммуникация стала бизнесом; современную массовую коммуникацию, которая существует с последней четверти XIX в. Смысл последней в решении проблемы перепроизводства и потребления. Это происходит при помощи манипулирования аудиторией благодаря технологиям рекламы и паблик рилейшнз. При этом характерными чертами массовой коммуникации является исчезновение обратной связи, а также преобладание авторитарного потенциала над освобождающимся. Таким образом, Г.М.МакЛюэн продолжил разработки Канадской школы по исследованию каналов коммуникации как значимых субъектов коммуникационной цепочки. Особое внимание тут уделялось доминированию средства коммуникации над ее содержанием, особенностям функционирования различных медиа (например,

наличие изображения создает иллюзию демократичности медиа и усиливает возможности для манипуляций). Многие исследователи считали, что это ведет к демонизации масс-медиа и преувеличению их роли в социокультурных процессах [Сапунов В. И., 2005].

Когда мы говорим о теории массовой коммуникации, то невозможно, конечно, обойти фигуру и взгляды канадско-американского социолога Герберта Маршалла МакЛюэна. В основе концепции Г.М.МакЛюэна лежит механистическая точка зрения на технический прогресс как на главную движущую силу общественного развития. Историю социального прогресса человечества Г.М.МакЛюэн представляет как изменение форм коммуникации. Вообще, такой подход не является новым. Его уже раньше разрабатывал американский социолог Д.Рисман [Riesman D., 1964]. Но у Г.М.МакЛюэна специфический подход. Он акцентирует внимание на средствах коммуникации.

Под средствами коммуникации при этом имеются в виду не только средства связи, а все то, что обеспечивает «продолжение границ» человека. Транспорт как «продолжение» способности человека передвигаться, электроток как «продолжение» нервной системы человека, деньги и тому подобное, даже атомную энергетику. То есть Г.М.МакЛюэн придает этому понятию исключительное значение. Эпоху возникновения масс-медиа он считает «третьей юностью человечества» [Cazaneuve J., 1970: 49]. Ученый утверждает, что именно средство коммуникации осуществляет основное влияние на ее содержание, на развитие всего общества. «Общество всегда формировалось большей мерой характером средств, с помощью которых люди общаются между собой, чем содержанием сообщений, какие они передают» [McLuhan M. The medium..., 1967: 8]. Исходя из этого постулата, он дал название одной из своих книг: «The medium is the message» («Сущность коммуникации в ее средствах»). Г.М.МакЛюэн гипертрофировано расширяет понятие коммуникации, предоставляет ей чрезвычайно важное значение в истории человечества. Коммуникация, по его мнению, может создать надлежащий эмоциональный климат для целых народов. «Целые культуры могли бы программироваться так, чтобы эмоциональный климат постоянно оставался стабильным, подобно тому, как поддерживается равновесие в мире торговли» [McLuhan M., 1964: 28].

Г.М.МакЛюэн пишет: «Печатная технология создала публику. Электронная технология — массу. Публика состоит из независимых индивидуумов с постоянными, самостоятельными взглядами. Новая техника требует, чтобы мы расстались с роскошью фрагментарного мировоззрения. Метод нашего времени — в применении не частичных, а комплексных моделей усвоения» [McLuhan M. The medium..., 1967: 12]. Главный акцент Г.М.МакЛюэн делает не на влиянии отдельных передач, а на согласованности непрерывного потока сигналов, специфических за своей структурой в каждом отдельном средстве связи, и способа подсознательного восприятия. Этот исследователь пытался соединить в акте восприятия ненавязчивые программы мышления, которые задаются коммуникатором, с интуитивной игрой самого сознания коммуниканта. За МакЛюэном, мышление аудитории ищет связку явлений, опирается на логику — этому отвечает фабула и сюжет в телепередачах, но если нужно произвести подсознательную установку на определенный



круг ценностей, то нужно вообще избегать логики и перейти к системе влияния пластичными сигналами, изображениями, набор которых может сурово контролироваться. Нужно дать зрителю определенный набор изображений, но в хаотической форме, чтобы коммуникант сам их режиссировал и расставлял так, как ему нравится.

А теперь стоит посмотреть, в чем заключается психологическая основа теории Г.М.МакЛюэна. Он считал, что мозаичность в постановке телепередач отвечает фрагментарности функций человека. Вместо систематизированных знаний телевидение должно давать стереотипы, которые будут образцами оценок и матрицами восприятия. А зритель сам должен додумывать образ и возобновлять свою целостность мировоззрения. Чтобы вовлечь зрителя в активное восприятие программы, нужно предложить ему сотворчество, причем подсознательно через покадровое изображение. Зритель должен дорисовывать образ из отдельных фрагментов. При этом он передает героям частицу своего «Я». Самые эффективные программы это те, которые нуждаются в завершении [Ножин Е., 1971: 43-51].

То есть взгляды Г.М.МакЛюэна можно охарактеризовать как технологический детерминизм. Причиной всех общественных изменений он считал развитие средств передачи информации. Важным положением работ Г.М.МакЛюэна было то, что упор ставился не на содержание, а на форме сообщений. Канадский ученый считал, что именно форма определяет эффект сообщения, во многом влияя и на его содержание. Общеизвестная формулировка «The medium is the message» хорошо иллюстрирует эти взгляды.

Эта формулировка была обоснована в одной из ключевых работ Г.М.МакЛюэна «Понимание Медиа: Внешние расширения человека» [МакЛюэн Г.М., 2003] («Understanding media: The Extension of Man» [McLuhan M., 1964]). Г.М.МакЛюэн считал, что любая коммуникация — это наше расширение вовне, и на личностные и социальные последствия таких расширений прямо влияют новые технологии передачи информации. При этом в современную эпоху автоматизация возрождает глубину связей между людьми, которая была разрушена в эпоху механических технологий. Доказательством этому он приводит то, что конвейерный принцип механической эпохи требовал четкого разделения труда, когда человек занимался только одним узким участком работы. Автоматическая технология, по Г.М.МакЛюэну, глубоко интегральна и децентралистична, что ведет к противоположным результатам. В этой связи Г.М.МакЛюэн приводил пример электрического света, который, по его мнению, является чистой информацией, может быть средством коммуникации без сообщения (причем значение электрического света недооценено и непонято людьми). Он может стать сообщением в другом медиа. Т.е. содержанием одного медиа всегда является медиа другое. Например, содержанием письма является речь, содержанием печати — письменное слово, содержанием телеграфа — печать. «Сообщение» же медиа — это то изменение масштаба, скорости и формы, которое оно дает человеку. Так железная дорога изменением скорости и масштаба создала новые типы городов, труда и досуга. Причем это происходило вне зависимости от конкретных содержаний железнодорожных перевозок. То же самое произошло после внедрения самолета. Медиа являются

сообщением, поскольку они контролируют и определяют масштабы и форму человеческой ассоциации и человеческого действия [МакЛюэн Г.М., 2003: 10-12].

Одним из аргументов было то, что медиа создают язык восприятия мира (алфавит, печать, видеоряд и т.д.). Этим они формируют и характер его восприятия. При этом содержание медиа подчиняется формам подачи, т.к. каждому медиа свойственен свой язык представления действительности.

Г.М.МакЛюэн считал, что с помощью электрических медиа человек помещает свое физическое тело (вернее, отдельные его функции) в вынесенные наружу нервные системы (т.е. медиа). Таким образом, медиа являются продолжением, расширением отдельных органов человеческого тела: рук, ног, зубов и т.д. Т.е. организм теперь несет «свой мозг за пределами черепной коробки, а нервы — за пределами кожного покрова». Г.М.МакЛюэн писал, что появление электрических медиа изменяет не только внутренний мир, но и занятия человека: «все формы занятости превращаются в «плачиваемое обучение», а все формы богатства создаются движением информации». Причем, «техническое изменение преобразует не только жизненные привычки, но и образцы мышления и оценивания» [МакЛюэн Г.М., 2003: 70-77].

Г.М.МакЛюэн считал, что именно аудиовизуальные медиа составляют основу общественного прогресса, т.е. именно развитие средств коммуникации ведет к развитию общества.

При этом, медиа играют также креативную и моделирующую роль в жизни общества. Г.М.МакЛюэн считал, что медиа влияют на формирование норм бытия, да и всего сознания, независимости от содержания сообщений, уже самой формой передачи.

В свое время весьма популярными были идеи Г.М.МакЛюэна относительно «горячих» и «холодных» медиа. Например, горячими он считал печатные медиа, радио и кино, в противовес холодным телефону, телевидению и речи. Различие в том, что горячее средство «расширяет одно-единственное чувство до степени «высокой определенности», т.е. «состояния наполненности данными» [МакЛюэн Г.М., 2003: 27]. Например, для фотографии характерна высокая определенность, а для комикса — низкая, т.к. дается очень мало визуальной информации. По Г.М.МакЛюэну для горячих средств характерно низкое участие аудитории, а для холодных — высокое с достраиванием недостающего в образах и событиях. Таким образом, горячие средства предоставляют людям готовую информацию о внешнем мире, а холодные побуждают к ее достраиванию. Холодные средства более популярны среди аудитории, т.к. она является как бы соавтором информации, достраивая образы. При этом горячие и холодные медиа оказывают различное влияние на аудиторию. Г.М.МакЛюэн приводит пример с трансформацией письма в печать. Иероглифическое и идеографическое письмо (холодное средство) разогрелось до печати (горячее) и привело к национализму и религиозным войнам. Камень — холодное медиа, т.к. он связывает только время, а бумага — горячее, т.к. связывает пространство фактически одновременно. В частности, Г.М.МакЛюэн объяснил победу Д.Кеннеди над Р.Никсоном в телевизионных дебатах тем, что Д.Кеннеди представлял собой холодный образ, более соответствующий телевидению, а

Р.Никсон — горячий. В наше время уже никого не удивляет наличие так называемого телевизионного электората (когда люди голосуют не за политическую линию, а за телевизионный образ того или иного кандидата), а тогда это было новацией.

Г.М.МакЛюэн выдвинул четыре основных закона или стадии, по которым происходит развитие медиа. Т.е. каждое новое медиа в своем развитии должно пройти четыре стадии: ускорения процесса создания сообщения (acceleration), вытеснение прежних способов (obsolescence), объединения с традиционными способами (synthesis), возвращения к старым методам создания сообщения, но на более высоком уровне. Для примера Г.М.МакЛюэн приводил текстовый редактор компьютера, который 1) ускорил подготовку текстов к печати, 2) сделал ненужной печатную машинку, 3) привел к появлению настольного издательства, 4) возродил децентрализованное производство печатных материалов, т.е. отдельные компоненты более раннего, орального века [McLuhan M., McLuhan E., 1988; по Бакулев Г.П., 2005: 136].

Г.М.МакЛюэн считал, что мир развивается в зависимости от господствующих способов коммуникации. При этом было выделено три основных этапа: 1) первобытная дописьменная культура, которая основывалась на принципах естественности и коллективного образа жизни, познания окружающего мира через устные формы связи и передачи информации; 2) культура письменно-печатная, она пришла на смену устно-эмоциональной форме общения и привнесла дидактизм, индивидуализм и национализм вместо естественного коллективизма; 3) на место книжной культуры пришел период электронных медиа, возрождается устность и естественность аудиовизуального восприятия мира, но на основе новых форм передачи информации [по Землянова А.М. Зарубежная коммуникативистика..., 1999: 114; Зражевська Н.І. Масова комунікація..., 2006: 152]. В таком подходе напрашивается аналогия с подходом Т.Парсонса, который предлагал делить эволюцию на три основные фазы: примитивную, промежуточную и современную. При этом фазы различались на основе культурных значений: причиной для перехода от примитивной к промежуточной, например, служит развитие языка и, прежде всего, языка письменного [по Ритцер Дж., 2002: 130]. Но по Г.М.МакЛюэну развитие медиа носит диалектический характер. Каждая новая фаза перечеркивает предыдущую, возвращаясь к раннее предшествовавшей на новом, высшем этапе. Например, печатные медиа детрайбализировали мир, а электронные опять его трайбализировали, но на новом, глобальном этапе. Т.е. они опять, как и в первобытнообщинном обществе привели к непосредственному общению с глаза на глаз.

Этапы развития способов коммуникации можно разделить таким образом:

<b>Устное общение</b>	<b>Печать</b>	<b>Электронные медиа</b>	<b>Компьютерное (цифровое)</b>
Родоплеменной характер	Детрай-бализированный	Ретрай-бализированный	«Виртуальный» трайбализм
Нелинейное	Линейное	Нелинейное	Преимущественно линейное
Разговорное	Написанное	Визуальное и разговорное	Написанное, все другие ощущения
Локальная аудитория	Малая аудитории	Громадные аудитории	Глобальная аудитория
Риторика	Перерастание в глобальное	Глобальное	Глобальное
Коллективная память, традиции	Книги, периодика	Радио, телевидение	Компьютерные сети и т.д.
Обычаи	Литература, журналистика, архивы, библиотеки	Электронное творчество, популярная культура, медиа-индустрии	Глобальные базы данных и знаний, нерегулированная взаимосвязанность
Недостаток грамотности	Грамотность, печать	Визуальная грамотность	Компьютерная грамотность
Эмоции	Разум	Эмоции	Разум
Стихийность	Редактированность	Программированность	Стихийность
Популярное	Элитарное	Популярное	Элитарное
Интерактивное	Одностороннее	В основном, одностороннее	Интерактивное
Реальное время	Разброс во времени	Мгновенность / Разброс	Виртуальное время

[Лалл Дж., 2002: 40].

Подход Г.М.МакЛюэна по делению стадий развития человеческого общества согласно информационному принципу прижился. Например, украинский ученый В.В.Ризун выделяет доиндустриальный и индустриальный периоды развития массового общения и четыре его этапа: 1) дописьменный доиндустриального периода; 2) письменный доиндустриального периода; 3) печатный индустриального периода; 4) аудиовизуальный индустриального периода [Ризун В.В., 2008: 16]. Российский исследователь С.А.Дятлов выделяет такие стадии развития человеческой цивилизации (уже не вспоминая о Г.М.МакЛюэне): устно-речевая, письменная, книгопечатная, радио-телеграфная, компьютерная, компьютерная вещественно-речевая и глобальная био-квантово-полевая или компьютерная персоналифицировано-сетевая. Последняя фаза еще не наступила и будет состоять, по мнению С.А.Дятлова, в возникновении цифровых квантово-полевых технологий передачи и производства информации [Дятлов С.А., 2000: 78-79]. Другой россий-

ский ученый А.Н.Шермет выделяет такие стадии: изобретение письменности, изготовление печатного станка Гуттенбергом; внедрение электронных масс-медиа [Шермет А.Н., 2004: 14]. Более усовершенствованную схему предлагает А.В.Соколов: «0. Пракультура (1,5 млн. лет назад — 40 тыс. лет назад) — период антропосоциогенеза, время формирования хомо сапиенс как биологического вида, когда предками человека (питекантропы, неандертальцы) были освоены средства культурной деятельности: каменные орудия и членораздельная речь. 40 тысяч лет назад на планете появился современный человек (неоантроп), творец и создатель собственно культуры. I. Археокультура (40 тыс. лет назад — III тыс. лет до н. э.) — период каменного века (верхний палеолит, мезолит, неолит), когда в первобытных общинах получила развитие не только материальная культура в виде «каменной индустрии», но и духовная культура в виде магических культов, мифологии, изобразительного и музыкального искусства. Образование в IV-III тыс. до н. э. локальных цивилизаций и изобретение письменности знаменовали переход к стадии палеокультуры. II. Палеокультура (III тыс. лет до н. э. — XV в. н. э.) — время возникновения мощных восточных цивилизованных государств, расцвета античной культуры и сменившего ее средневековья. Вехами культурного прогресса человечества на этой стадии являются: иероглифы на стенах древнеегипетских пирамид — алфавитное письмо — Александрийская библиотека — печатный станок И. Гуттенберга. Изобретение Гуттенберга положило в Западной Европе начало новой стадии — стадии неокультуры. III. Неокультура в разных регионах наступила в разное время (некоторые африканские и азиатские страны и в наши дни остаются на палеокультурном уровне), но для культурного лидера — западноевропейского мира стадию неокультуры можно датировать XVI веком — эпохой Высокого Возрождения и Реформации, за которым последовали век Просвещения (вторая половина XVII — XVIII вв.) и XIX век — век индустриализации. К неокультуре относится и XX век, но уже в конце века в развитых странах появились признаки наступления постиндустриальной эры, которую логично связать с новой, пока еще гипотетической стадией культурной эволюции. IV. Постнеокультура — это компьютеризированный мир с мультимедийными глобальными коммуникационными каналами и с культурным наследием, хранящимся в распределенной памяти компьютерных сетей. Короче: это время господства электронных коммуникаций, вытеснивших документную коммуникацию на периферию общественной жизни». Как справедливо указывает российский ученый, «совершенствование коммуникационных средств сопровождалось общественным прогрессом (иногда даже предопределяло его), а общественный прогресс, в свою очередь, стимулировал развитие коммуникации» [Соколов А.В., 2002].

В целом же, таких инспирированных исследованиями Г.М.МакЛюэна попыток систематизации очень и очень много.

Г.М.МакЛюэн много внимание уделил исследованию того, как повлиял на человека и общества переход от рукописных с печатным текстом. Необходимо отметить, что внимание этому уделялось и ранее. Еще Платон в «Федре» высказывал мнение (его цитирует и сам Г.М.МакЛюэн) о том, что создание книг разрушает существовавшую тогда традицию педагогики и передачи знаний. Образование при этом перестает быть

живым диалогом учителя с учениками в поисках истины, а устная передача знаний и традиций уходит в прошлое. Изменения в традициях отмечала и историк Э.Эйнштейн. В догутенберговой Европе получение новостей было общественным событием, жители собирались на площадях, чтобы услышать новости и обсудить их. С появлением газет эта деятельность переместилась в дома и трактиры. То есть определенный тип сообщества, когда люди отождествляли себя только с членами своей общины, был разрушен [Щербина В.Н., 2001]. Перу Г.М.МакЛюэна принадлежит термин «эра Гутенберга». Так канадский социолог назвал один из выделенных им периодов развития общества (письменно-печатный). Это подчеркивает значение изобретения печатного станка и перехода в связи с этим к новому типу информационных отношений. Новый тип медиа привел к развитию индивидуализма людей и сыграл выдающуюся роль в становлении нового типа общностей, например, нации.

Отдельное внимание стоит уделить работе Г.М.МакЛюэна «Галактика Гутенберга: Становление типографского человека» [Мак-Люэн М., 2001] («The Gutenberg Galaxy: The making of typographic man» [McLuhan M., 1962]). Под термином «галактика» сам Г.М.МакЛюэн понимал среду обитания. Он считал, что печатный станок привел к многочисленным изменениям в жизни общества. В частности, именно от него получила свое развитие новое людское образование — публика. Ее характерными качествами является глубокая самоосознанность с акцентом на визуализацию. Г.М.МакЛюэн приводит как большое достижение человечества создание фонетического алфавита, который отделил значение от звучания и перенес звук в визуальный код. Это, по Г.М.МакЛюэну, ведет к детрайбализации и шизофрении, т.е. человек становится более индивидуален, менее зависим от окружающих, сознание его разделяется. Фонетический алфавит, в отличие от других видов письменности, приводит к разрыву между слухом и зрением, между семантическим значением и визуальным кодом, «между разумом и сердцем», поэтому человек переходит из племенной культуры к цивилизации (этот термин у Г.М.МакЛюэна имел скорее негативную коннотацию; он считал, что для человека цивилизованного визуальные ценности стоят на первом месте для организации мысли и действия, что ведет к грубости и глухоте этих людей по сравнению с устными культурами). Г.М.МакЛюэн считал, что визуальное восприятие книжного текста породило то, что цивилизованный человек смотрит на вещи под определенным углом зрения, а не воспринимает их целостно, «шарообразно», как это присуще людям аудиальных культур. По Г.М.МакЛюэну, самое очевидное свойство печати — это повторение, которое ведет к гипнозу и навязыванию. Печать была первым унифицированным, повторяющимся продуктом, первой конвейерной линией и первым массовым производством. Именно присоединение бессодержательного знака к бессодержательному звуку создало западного человека. В том числе, печать десакрализовало жизнь человека, т.е. произвела человека светского. А портативность и транспортабельность книги содействовало росту индивидуализма. В области же экономики, доступность, портативность и легкость для чтения (по сравнению с рукописными текстами) породили читательскую аудиторию и открыли рынки. Г.М.МакЛюэн считал, что печать превратила национальные языки в средство информации, она дала правительствам

возможность за счет новых форм контроля создавать централизованные государства, но одновременно за счет возможности массового производства сделала реальным и противодействие государству, т.е. «печать привела к однородности наций и государственному централизму, а также к индивидуализму и противодействию государству» [Мак-Люэн М., 2001: 16-17, 48-49, 56, 67, 91, 119-120, 204, 270, 323-324, 366].

Г.М.МакЛюэн считал, что для визуальной культуры эры Гуттенберга характерна условность, абстрактность, замкнутость, в отличие от предшествовавших и последующих акустических культур. При этом восприятие мира через медиа носило искусственный характер, было лишено многомерности и натуральности. В последующем, при крушении эры Гуттенберга, линейное изложение информации заменяется на мозаичное, характерное для телевидения.

Причем новый тип отстраненности человека Гуттенберга был получен благодаря интенсивности визуального опыта, которая была порождена печатным словом. Именно это породило индивидуализм. Высокая скорость печатного станка привела созданию новых политических пространств и структур власти, к индустриальной революции и всеобщему образованию. Все меняется с переходом к передвижению информации со скоростью света (по Г.М.МакЛюэну, электрического). Визуальный (печатный) человек мечтал об отдаленных целях и энциклопедических программах, аудиальный (электронный) предпочитает диалог и немедленную вовлеченность. И еще одно высказывание: «Человек одновременности настроен на восприятие скорее акустически, чем визуально, живя в мире, центр которого везде, а окраина нигде» [McLuhan M., 1976]. Это, естественно, не означает отказ от зрительных образов, просто подчеркивает, что визуальное восприятие теперь носит всеобщий, «шарообразный», а не узконаправленный характер. Именно такое восприятие характерно для аудиального человека.

Третий период цивилизационного развития, по Г.М.МакЛюэну, современный, связанный с электронными медиа. Необходимо отметить, что как основной фактор развития современности Г.М.МакЛюэн выдвигал не телевидение, а электричество, которое способно распространять информацию с невиданной доселе скоростью. Тут возрождаются формы естественной устности, характерные для дописьменного периода, но на основе современных телевизионных технологий. То есть Г.М.МакЛюэн выдвинул концепцию электронной устности (electronic orality). Для нее характерно утверждение о том, что аудиовизуальные формы коммуникабельности способствуют единению человека и общества, раскрытию природного потенциала. Кроме Г.М.МакЛюэна, эту концепцию развивал У.Онг, автор сравнительного анализа устных форм передачи информации, которые связывают людей общими взглядами, мировоззрением. С одной стороны, У.Онг, как и Г.М.МакЛюэн, противопоставлял широкие коммуникационные возможности электронной устности закрытости систем кодирования реальности в письменных текстах, но, с другой, в отличие от Г.М.МакЛюэна, он более критически относится к аудиовизуальным масс-медиа и не считает, что печати пришел конец. Общая тенденция развития масс-медиа по У.Онгу не в полном переходе к электронной устности, а в развитии открытых систем коммуникативных связей и новым отношением человека к приро-

де. В контексте электронной устности стоит упомянуть и предшественника Г.М.МакЛюэна Г.А.Инниса, который связывал проблему устности не с развитием технических средств связи, а с сохранением, обогащением и развитием традиций публичной устной коммуникабельности, которые получили развитие еще в античных демократиях до возникновения современных информационных олигополий. Вообще, устность, по Г.М.МакЛюэну, придает информационным связям многомерно-эмоциональный характер, естественность и свежесть. При переходе к печатным медиа общение лишается этих преимуществ (т.к. письменность кодирует реальность в образах-знаках, которым присуща линейность, условность, одномерность и абстрактность), но они возрождаются с развитием электронной устности. При этом может возникнуть немота (speechlessness), т.к. электронные медиа могут освободить людей от словесного общения. Его заменит общение с помощью аудиовизуальных медиа, и это дарует коллективную гармонию и мир [Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика..., 1999: 181-182, 241, 258, 261].

Много внимания уделял Г.М.МакЛюэн анализу телевидения. Как и А.Моль, он подчеркивал значение мозаичности, как основного способа конструирования телепрограммы и телеизображения (А.Моль относил мозаичность к свойствам всей современной культуры). Г.М.МакЛюэн особое внимание обращал на такие приемы программирования как стыковку различных по тематике, качеству и продолжительности передач, фрагментарность, резкие стыки, смешение жанров, информации и рекламы. Это давало основание утверждениям о постмодернистской сущности телевидения [МакЛюэн М., 1987: 171]. Подчеркивалась и интертекстуальность телевидения, которая состояла в том, что генерировались не линейно-вербальные тексты, а аудиовизуальные знаки, которые по своей сути тоже тексты, но воспринимаемые иным образом. Интертекстуальность телевидения состоит также в том, что тут одновременно присутствуют вербальные послания, визуальные образы, мозаичная символика и электронные коды. Свою роль играет также то, что телезритель глубоко включен в восприятие телеинформации. Это дало возможность Г.М.МакЛюэну говорить о телевидении, как о «технологическом продолжении органов человеческого тела» [Сапунов В. И., 2005].

Новая эпоха, по Г.М.МакЛюэну, настала с запуском спутника, вернее, вводом спутниковой связи. Человечество вступило в новую фазу развития: акустическое пространство. Т.е. визуальное пространство печатных медиа уступило место акустическим структурам колебания эфира, которое не имеет границ (снова-таки в отличие от знаковой системы печатных медиа, имеющей замкнутые границы). Г.М.МакЛюэн считал, что печатная культура Гутенберга умирает, так как акустическое пространство, в отличие от визуального, не имеет содержания и просто существует [Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика..., 1999: 14-15]. Акустическое пространство, при этом, более приспособлено к природе человека и ведет к органическому соединению с природой, как это уже было в первичном акустическом обществе (до изобретения письменности).

В.П.Терин выделяет такие характеристики телевидения как сообщения по Г.М.МакЛюэну: 1) мозаичность двумерного сообщения, кото-



рое складывается из отдельных точек, конфигураций, цветовых пятен, что требует от сознания телезрителей (независимо от содержания информации) непрерывной напряженной работы по структурной организации элементов телевизионной мозаики в нечто целое; 2) мозаичность телевидения как средства общения: оно собирает фактически одновременно все времена и пространства, сталкивая их в мозгу телезрителя, что приводит к резонансу (в сознании), возвещающем всемирное даже в тривиальном; 3) крупный план как норма в телеизображении (исследования показывают, что глаза детей не отрываются от лиц актеров даже при показе сцен насилия); 4) мозаичность формы того, что демонстрируется по телевидению, предпочтение малому и быстротекущему сюжетному действию, быстрая смена телевизионных сообщений, прямые эфиры; 5) при сообщении о событиях, сначала показывается результат, а потом причина, т.е. реакция предшествует акции. Таким образом, телезритель должен принимать и осваивать структурно-резонансную мозаичность телевидения, иначе он ее просто не увидит. Это приводит к особой пространственно-временной организации восприятия. Например, при просмотре программы новостей зритель уже не строит линейно-перспективную ось событий (как при прочтении книги или журнала), а с активным привлечением своего опыта и знаний формирует шарообразный космос мгновенно возникающих взаимосвязей. Это влияет на всю будничную жизнь индивида. Особо стоит остановиться на том, что причина и следствие или меняются местами, или подаются одновременно. Таким образом, понятие причинности теряет определенный смысл, последовательность уступает одновременности. Особо стоит отметить, что медиа теперь не только отражают события, но и сами становятся причиной событий. Кроме того, медиа могут контролировать эмоциональный климат целых культур, т.е. контролировать мир. Г.М.МакЛюэн уподоблял зрение при восприятии телевидения слуху и, даже, тактильному восприятию, т.е. восприятие происходит во всех направлениях, «шарообразно», как это бывает со слухом и осязанием (мы одновременно слышим все доступные звуки, а не только в направлении движения) [Терин В.П., 2000: 129-132].

Аудиовизуальные медиа сжимают пространство и время, ведут к множественности отношений от однолинейности печатных масс-медиа. Именно с этим связаны концепции глобальной деревни и глобального театра, в который превращается мир («со времени изобретения телеграфа и радио земля уменьшилась пространственно до размеров одного большого села» [Мак-Люэн М., 2001: 341]). Проблема глобального театра имеет и негативную коннотацию, т.к. ведет к превращению людей в марионеток, находящихся под влиянием стереотипов массовой культуры (формирование которой находится под влиянием крупных корпораций) и рекламы (нового пещерного искусства XX в.). При этом со свойственной Г.М.МакЛюэну категоричностью, было заявлено, что законы аудиовизуального распространения и восприятия информации можно считать универсальными законами бытия. Это абсолютное влияние информационных средств, структур и языков на формирование соответствующего образа жизни, общества и даже типов мышления [по Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика..., 1999: 115]. Для Г.М.МакЛюэна процесс смены ведущих медиа носил революционный

характер, а то и характер военных действий. Так, еще в 1970 г. он утверждал, что идет «партизанская война информации, не признающая различия между военными и гражданскими лицами» [McLuhan M., 1970: 66; по Терин В.П., 2000: 148]. Поэтому цена овладения и использования медиа как никогда высока.

По Г.М.МакЛюэну революционные изменения в жизнь человечества принес Спутник: «Воистину с появлением Спутника планета стала глобальным театром, в котором нет зрителей, а есть только актеры. На космическом корабле «Земля» нет пассажиров, здесь каждый является членом экипажа» [McLuhan M., 1976]. Т.е. всеобщие технологии связи приводят к тому, что каждый осознает и может реализовать себя не только как член определенной людской общности, но и как член всего человечества. Это приводит к снижению роли самоопределения человека через противопоставление его другим людям и ориентации на эгоистические мотивы. На первый план выходит взаимововлеченность людей в жизнь друг друга и расширение сферы общественных интересов: «Мы переместились в такой век, где то, что делает каждый, влияет на всех других, и потому удерживать в частной жизни что-либо в тайне не только становится практически невыполнимо, но к тому же еще вызывает подозрения» [McLuhan M., 1976]. Это ведет к падению морали в частной жизни, но к повышению ее роли в жизни общественной.

Нельзя не отметить, что Г.М.МакЛюэн не был слепым апологетом развития масс-медиа. Для него характерен устойчивый пессимизм в отношении последствий влияния масс-медиа на общество и человека. В.П.Терин подобрал соответствующие высказывания Г.М.МакЛюэна на протяжении всего его творчества [Терин В.П., 2000: 140-141]: «Дитя телевидения — это инвалид, которому не положены привилегии» [McLuhan M., 1964: 289], «Телевидение действует как АСД. Мы не должны позволять этому... Мы бы очень выиграли, если бы несколько лет прожили без телевидения... Было бы очень хорошо, если в Америке не было бы телевидения вообще» [McLuhan M. Hot..., 1967: 286], «Безопасная доля телевидения для детей что-то около нуля» [McLean's, 1977: 9], «Телевизор демобилизует мускулы глаза. Поэтому дитя телевидения не может читать. Это не теория, а факт, который мы смогли обнаружить и продемонстрировать» [Le Monde, 1977]. Таким образом, Г.М.МакЛюэн относился к развитию масс-медиа скорее как к неизбежному злу, чем как панацее от всех бед.

Таким же двояким было отношение к глобальной деревне, которая представлялась скорее неизбежным злом, нежели благом.

В конце жизни Г.М.МакЛюэн дошел до закономерной точки в своих исследованиях: он решил, что левое, «количественное» полушарие головного мозга соответствует «индустриальной и типографской» культуре, а правое, «качественное» — «племенной» [по Терин В.П., 2000: 143].

У Г.М.МакЛюэна было довольно много критиков, особенно при жизни. Многие ученые не воспринимали его систему аргументации, считали ее крикливой и ненаучной. Вызывала критику концепция глобального села. Многие исследователи не воспринимали аналогии села и телеэкрана [напр., Napperz U., 1992]. Сам Г.М.МакЛюэн нередко провоцировал критику своими резкими высказываниями и ненаучной риторикой. Например, он объявил современную социологию масс-медиа

устаревшей и утратившей связь с объектом исследования. В свою очередь, социологи считали Г.М.МакЛюэна солипсистом, отказавшимся от норм этики и ценностей человека. Вызывало противодействие и представление Г.М.МакЛюэна о всемогуществе медиа (это противоречит и экспериментальным данным эпохи теорий ограниченного влияния масс-медиа на индивида). Некоторые сомнения вызывали выводы, сделанные Г.М.МакЛюэном при исследовании радиовещания. Г.М.МакЛюэн считал, что в 20-30 гг. радио привело к возобновлению племенных связей и истерии. По-видимому, эти выводы основывались на той выдающейся роли, которое сыграло радиовещание в нацистской пропаганде. Однако было бы ошибочно делать вывод, что Третий Рейх с его теорией арийской чистоты крови строился на особенностях радио как медиа. Много вопросов возникало в связи с тем, что при освоении телевизионной информации человек, для ее упорядочивания, должен сводить ее в единое целое и воспринимать как миф. Подобное мифотворчество также имеет сомнительную научную основу. Г.М.МакЛюэн считал, что человек в современную эпоху живет по законам мифа, иначе он просто не сможет удержать и обработать мозаичную информацию масс-медиа. Г.М.МакЛюэн был склонен пояснять изменением средств коммуникации самые разные вещи: например, специфика восприятия телевизионного изображения, по Г.М.МакЛюэну, повлекло такие явления, как абстрактное искусство, развитие таблоидов, изменение предпочтений в еде, одежде, развлечениях, автомобилях, выборе жилья и т.д.

Таким образом, почитание медиа как определяющей силы общественного развития превратилось у Г.М.МакЛюэна и его последователей в своеобразный фетишизм. Фактически, Г.М.МакЛюэн считал медиа силой, которая стоит над обществом и определяет характер общественных связей, т.е. фактически управляет обществом уже самим характером своей деятельности. Кстати, волнения молодежи в конце 60-х гг. Г.М.МакЛюэн пояснил тем, что взрослым стало первое телевизионное поколение («через рекламу воссавшее все времена и пространства с телевизором своей матери» [McLuhan M., 1970: 7]).

Нужно отметить, что с самого начала их возникновения взгляды Г.М.МакЛюэна резко критиковались, и не только учеными стран социалистического лагеря, что было полностью понятным, но и западными исследователями. В этом смысле характерно мнение видного американского ученого, вице-президента Си-Би-еС Ч.Стейнберга. В статье «Миф о МакЛюэне» [Television Quarterly, 1967: 7-16] он пишет: «МакЛюэн — это просто тень без субстанции, ядовитый дым без огня... Стиль МакЛюэна и его философия не отличаются ни научностью, ни логичностью. Почти все общепринятые взгляды им или дискредитированы, или поставлены вверх ногами... Успех МакЛюэна только подчеркивает, как мало у нас оригинальных теорий эффективности массовых коммуникаций. Когда нет научной теории, подделка становится популярной, тем более что ее содержание скрыто за прикладной формой». Особенно критически Ч.Стейнберг отнесся к утверждению Г.М.МакЛюэна о том, что средство связи — это сообщение. «Если содержание следует приносить в жертву форме, то не следует ли перестроить всю нашу традиционную систему коммуникаций? Нам больше не следует беспокоиться об эффективности своего творчества и о моральном влиянии средств связи. Электронная

техника, подобно красоте, имеет право на существование ради самой себя... Форма и содержание и в искусстве, и в жизни не могут существовать друг без друга». Основную мысль Г.М.МакЛюэна о приоритете средств коммуникации над содержанием информации Ч.Стейнберг назвал «семантической бессмыслицей». «В мире МакЛюэна главная роль принадлежит не передаче, а электронному сигналу. Действительно это мир тени, за которой нет предметов». Конечно, большинство претензий Ч.Стейнберга имеют под собой основание, но вряд ли Г.М.МакЛюэн получил бы столь широкую популярность, если бы его произведения были сплошной бессмыслицей. Канадскому ученому удалось открыть закономерности массового влияния средств коммуникации на людей, когда даже те, кто не хочет смотреть какую-то передачу, смотрят ее, не в силах оторваться от магнетического «ящика». Очень удачно писал об этом академик Н.И.Конрад в ответе на письмо А.Тойнби.

Как мы уже говорили, у Г.М.МакЛюэна эпохальные изменения связаны с изменением типа коммуникации: изобретение алфавита, изобретение печатного станка, электронные масс-медиа.

К примеру, Великую французскую революцию ученый считал реализацией на государственно-национальном уровне основного принципа построения печатного текста — унификации: печатные принципы визуальной линейности, униформной организации достигли историко-культурного наполнения и привели общество, перегруженное оральными традициями, к социальной унификации [McLuhan M., 1964: 29]. Г.М.МакЛюэн предложил такую модель поведения планов выражения и содержания в середине самого текстового процесса: каждый следующий тип текста использует предыдущий как план содержания, передавая свой собственный план выражения содержания следующего, то есть содержанием печатной речи является устная, содержанием фильма будет роман, пьеса или опера и т.п. [McLuhan M., 1964: 32]. Таким образом, члены традиционной дихотомии содержание/выражение будут по очереди создавать функции отдельно один от другого. Что касается специфичности информации, которую приносит каждый новый тип текста, то она заключается в постепенном увеличении элиминирования пространственно-временных ограничений и в увеличении скорости восприятия. Например, железные дороги не являются новым изобретением транспортировки, движения или колеса, а только ускорение существующих функций и процессов, которое приводит к появлению принципиально новых типов городов и стиля работы. Здесь снова-таки уместно напомнить, что Г.М.МакЛюэн без серьезного, на наш взгляд, обоснования отождествляет с понятием массовой коммуникации очень много разных вещей. Вообще, термины и стиль Г.М.МакЛюэна вызывают много возражений. Недаром А.Шлезингер писал, что «после прочтения МакЛюэна остается ощущение, что мы имеем дело с действительно интеллигентным человеком, но он почему-то одевается как шарлатан» [Олдырева Л.П., 1973: 384-419].

Однако все критические замечания не перечеркивают замечательный вклад канадского ученого в социологию масс-медиа, то, что ему удалось в основных чертах предвидеть закономерности развития и взаимосвязи медиа и общества в целом в эпоху глобализации.

## Информационная теория

Информационная теория исследует процесс передачи информации математическими методами. Именно с позиций математики исследуется и сам процесс (традиционно он представляется в виде передачи сообщения от отправителя к получателю через помехи и шумы), и его задача (получение информации, как можно более идентичной исходной, с возможностью измерить как количество информации, так и ошибки вследствие воздействия шумов, для уменьшения энтропии). Математическая теория информации, как правило, занимается только изучением прохождения и обработки сигналов, несущих информацию, не обращая особого внимания на оценку содержания информации и ее потребительской ценности.

Принято считать, что теорию информации (ее сторонники считают, что она переросла рамки теории и стала отдельной наукой информологией, т.е. наукой о процессах передачи, распределения, обработки и получения информации) основал американский ученый Р.Хартли в 50-х гг. XX в. Он предпринял попытку количественного измерения информации, которая передается по каналам связи. Было допущено, что может быть два равноправных исхода передачи информации. Неопределенность снималась указанием на один из этих исходов. Так появилось понятие «бит» как единица информации.

К.Шеннон, обобщив результаты своих предшественников, создал статистическую теорию информации. Она позволяет решать задачи оптимального кодирования информации для повышения как количества ее передачи по каналам связи, так и качества (т.е. уменьшения влияния помех).

Особую роль в развитии информационной теории сыграли разработки кибернетиков. Они сформулировали принцип единства информации и управления, который имеет большое значение для процессов в самоуправляющихся и самоорганизующихся системах, прежде всего, биологических и социальных. Теория Н.Винера рассматривает процесс управления как переработку и преобразование неким центральным устройством информации, которая исходит из первичных источников (они играют роль сенсорных рецепторов), и ее передачу в иные участки системы в виде приказа для исполнения конкретных действий. Процесс этот идет циклично и обеспечивает управляемость системы. Тут уже особую роль играет содержание информации. Сам Н.Винер определял информацию как содержание, которое система получает из внешнего мира в процессе приспособления к нему. Т.е. тут информация оценивается как некое знание, которое имеет одну ценностную меру по отношению к внешнему миру (семантический аспект) и другую по отношению к получателю, его опыту, целям и задачам (прагматический аспект) [Дубровский Е.Н., 1999].

Н.Винер считал, что живые организмы и некоторые машины изменяют свое поведение вследствие приобретенного опыта для достижения антиэнтропических целей. Например, информация о внешней среде и опыте реагирования на нее приводит к изменению модели по-

ведения для более эффективного реагирования. Таким образом, происходит развитие, и реакция в будущем будет иной, нежели она была в прошлом. Как видим, особую роль в этой системе имеет обратная связь, которая во многом определяет будущее поведение системы (живой или неживой), т.е. без сведений об особенностях реагирования внешней среды на действия системы невозможно планирование эффективных действий в будущем [Винер Н., 1958: 59]. Для Н.Винера и его последователей очевидным было то, что техника управления и техника связи неотделимы друг от друга и базируются они на фундаментальном понятии сообщения. При этом несущественным был способ передачи сообщения: механический, электрический, с помощью нервной системы либо какой-то иной. Сообщение представляло собой дискретную или непрерывную последовательность измеримых событий, распределенных во времени, т.е. в точности то, что статистики называют временным рядом. Причем, «предсказание будущего отрезка сообщения производится применением некоторого оператора к прошлому отрезку сообщения, независимо от того, реализуется ли этот оператор алгоритмом математических вычислений или электрическими и механическими устройствами» [Винер Н., 1958: 53].

При разработке статистической теории информации встала задача определения единицы количества информации. За такую единицу приняли количество информации, передаваемое при одном выборе между равновероятными альтернативами. Н.Винер считал, что чтобы оценить «количество информации, получаемое при совершенно точном измерении величины, которая заключена между известными пределами А и В и может находиться с равномерной априорной вероятностью где угодно в этом интервале, положим А=0, В=1 и представим нашу величину в двоичной системе бесконечной двоичной дробью  $0, a_1, a_2, a_3, \dots, a_n, \dots$ , где каждое  $a_1, a_2, \dots$  имеет значение 0 или 1. Здесь

$$0, a_1 a_2 a_3 \dots a_n \dots = \frac{1}{2} a_1 + \frac{1}{2^2} a_2 + \dots + \frac{1}{2^n} a_n + \dots$$

Мы видим, что число сделанных выборов и вытекающее отсюда количество информации бесконечны.

Однако в действительности никакое измерение не производится совершенно точно. Если измерение имеет равномерно распределенную ошибку, лежащую в интервале длины  $0, b_1, b_2, \dots, b_n, \dots$ , где  $b_k$  — первый разряд, отличный от 0, то, очевидно, все решения от  $a_1$  до  $a_k - 1$  и, возможно, до  $a_k$  будут значащими, а все последующие — нет. Число принятых решений, очевидно, близко к

$$-\log_2 0, b_1, b_2, \dots, b_n, \dots$$

и это выражение мы примем за точную формулу количества информации и за его определение. Это выражение можно понимать следующим образом: мы знаем априори, что некоторая переменная лежит между нулем и единицей, и знаем апостериори, что она лежит в интервале (a, b) внутри интервала (0, 1). Тогда количество информации, извлекаемой нами из апостериорного знания, равно

$$-\log_2 \frac{\text{мера интервала } (a, b)}{\text{мера интервала } (0, 1)} \text{ » [Винер Н., 1958: 120-121].}$$

Причем понятия количества информации противостоит понятию энтропии, т.к. количество информации есть мера организованности системы, а энтропия — мера дезорганизованности. Исходя из этого, Н.Винер сделал вывод о том, что количество информации равно энтропии, которая исчезает с ее появлением [Винер Н., 1958: 56]. Количество информации зависит от силы помехи. При отсутствии помех будет точная передача информации, но чем сильнее помеха, тем больше количество переданной информации будет приближаться к нулю. Также для увеличения количества переданной информации была предложена система ее кодирования при передаче. Кибернетики особо подчеркивали значение связи и управления в современную эпоху. Н.Винер считал, что если XVII ст. и нач. XVIII ст. — это век часов, конец XVIII ст. и XIX ст. — век паровых машин, то XX ст. — это век связи и управления. Н.Винер сделал вывод о том, что всякий организм (механический, живой, общественный) скрепляется наличием средств приобретения, использования, хранения и передачи информации. В большом обществе эту крайне важную функцию выполняют масс-медиа. При этом нужно учитывать, что кроме основной функции, они выполняют дополнительную: приносят прибыль своему владельцу. По Н.Винеру «повсюду на средства связи налагается тройное ограничение: исключение менее выгодных средств в пользу более выгодных; то обстоятельство, что средства связи находятся в руках очень ограниченного класса богатых людей и потому, естественно, выражают мнения этого класса; и, наконец, то обстоятельство, что средства связи, как один из основных путей к политической и личной власти, привлекают, прежде всего, всех тех, кто стремится к такой власти» [Винер Н., 1958: 93, 243-244]. Поэтому большие сообщества имеют гораздо меньше общественно доступной информации, чем малые сообщества. Это ведет к тому, что сообщества глупее, чем их члены по отдельности (те имеют меньше ограничений по получению и распространению информации), т.е. государство глупее, чем большинство граждан по отдельности. Выхода из этой ситуации Н.Винер не видит. Жажда обогащения всегда будет превалировать над общественными интересами в получении точной и всеобъемлющей информации.

По К.Шеннону теория информации должна решить задачи оптимизации кодирования сообщений, повышения помехоустойчивости, распознавания сигналов на фоне шумов, расчета пропускной способности каналов связи и т.д. При этом вероятность появления сигналов в каналах коммуникации принималась как равновеликая. А чем неожиданнее для получателя был сигнал, тем больше информации он ему нес. То есть ожидая информацию, мы уже имеем некоторое представление о ней. Например, узнав, что собака покусала человека, мы получим информацию о конкретном случае. Узнав же совершенно неожиданную информацию о том, что человек покусал собаку, мы получим информацию не только об этом конкретном событии, но и о классе явлений, о су-

ществовании которого мы не подозревали. Сам К.Шеннон ввел формулу для оценки «неожиданности» сообщения:

$$I = \sum_{i=1}^n P_i \log P_i$$

где

$I$  — количество информации,

$P_i$  — вероятность появления  $i$ -того сигнала,

$n$  — количество возможных сигналов.

При этом если мы имеем всего два равновеликих сигнала, то формула выглядит так:

$$I = -1/2 \log_{1/2} - 1/2 \log_{1/2}$$

При двоичных логарифмах  $\log_{1/2} = -1$ , а  $I$  получается равным 1. Это и есть единица измерения информации под названием бит.

Отсюда следует понимание информации как снятой неопределенности или как результат выбора из возможных альтернатив [Соколов А.В., 2002].

Еще одну формулу количества информации К.Шеннона приводит А.Прозоров. Она выглядит так:

$$H = \sum_{i=1}^n p_i \log_2(1/p_i) \quad (0 < p_i < 1; \sum_{i=1}^n p_i = 1)$$

Где  $H$  — символ количества информации, воплощенной в некоторой системе,  $i$  — индекс состояний системы,  $n$  — число состояний,  $p_i$  — вероятность состояния  $i$ . Причем величина  $H$  в формуле Шеннона представляет собой математическое ожидание информации, воплощенной в некоторой системе, имеющей различный состояния  $i$ . Единичная информация, воплощенная в состоянии  $i$ , определяется по формуле:

$$I_i = \log_2(1/p_i) \quad (2)$$

Вклад каждого из состояний в общую (среднюю) информацию, содержащуюся в ней, определяется величиной

$$M_i = p_i I_i \quad (3)$$

Было бы неверно полагать, что этот вклад тем больше, чем больше  $I_i$ , т.е. чем меньше  $p_i$ .

$M_i^{\max}$  достигается при  $p_i = e^{-1} \sim 0.37$  ( $M_i^{\max} = 0.5307$ );  $M_i$  убывает вплоть до нуля как при уменьшении, так и при увеличении вероятности по отношению к этому значению.

С учетом (3) формула (1) выглядит так:

$$H = \sum_{i=1}^n M_i$$



Таким образом, общее количество информации в системе есть сумма ее величин, воплощенных в состояниях системы [Прозоров А.].

Практические результаты разработок К.Шеннона весьма эффективны. Это, например, сжатие данных, при котором элементы, которые не несут уникальную информацию, просто отбрасываются. Другие ученые и практики пробовали предложить свои рецепты для оптимизации процесса передачи информации. Например, Б.Гейтс особое внимание обращал на пропускную способность каналов связи [Гейтс Б.].

Интересны наработки по применению к социальному миру теории систем принадлежат У.Бакли. Он, под влиянием идей символического интеракционизма Дж.Г.Миды, так сформулировал процесс прохождения информации: конкретный человек получает сигнал из внешней среды, причем передача может быть затруднена шумовыми помехами оттуда же, после этого актер овладевает присланной информацией и выбирает способ реагирования на нее. Причем ключевой фактор тут самосознание, которое является «механизмом внутренней обратной связи собственных состояний системы, которые можно оценить или сравнить с другой информацией, получаемой в данной ситуации или хранящейся в памяти, что позволяет выбирать из диапазона действий, целенаправленно принимая в расчет собственную личность и поведение» [Buckley W., 1967: 100; по Ритцер Дж., 2002: 218].

Так как семантическая сторона слабо исследовалась при помощи теории К.Шеннона (К.Шеннон и не ставил такой задачи), возникли теории, которые охватывали этот момент исследования информации. Например, семантическая теория информации Ю.А.Шрейдера. Он предложил измерять количество информации через анализ изменения состояния системы после получения сообщения. Но это весьма сложно сделать. Как правильно отмечал В.З.Коган: «Для того чтобы измерить природу информации, надо измерить состояние системы. А как сделать этот предварительный шаг, в ряде случаев остается неясным» [Коган В.З., 1991: 281, и далее]. Он отмечал мнение, что количество информации надо рассматривать как относительную величину. Этот взгляд основан на концепции информбарьеров, мешающих оптимальному процессу взаимодействия. Важное место в их иерархии имеет тезаурусный барьер. Его смысл в том, что этапы понимания и потребления информации могут быть пройдены только в том случае, если субъект владеет определенным объемом уже освоенной информации, которая используется для понимания новой. Причем «количество осваиваемой информации прямо пропорционально качеству тезауруса». Количество информации отличается как относительностью, так и абсолютностью. Т.е. независимо от объема информации, которое субъект извлекает из сообщения, существует некое объективное ее количество в сообщении. Относительное и абсолютное количество информации могут совпасть при полном совпадении тезаурусов субъекта и объекта инфовзаимодействия.

Украинский ученый З.В.Партыко предложил свою образную концепцию теории информации. Он исходил из того, что вероятностная теория информации К.Шеннона представляет собой скорее универсальную теорию кодирования информации. Но при семантических исследованиях она, по мнению З.В.Партыко, дает некорректные результаты. Алгоритмическая теория информации А.Н.Колмогорова лучше подходит

к анализу семантической информации. З.В.Партыко определил образ как сигнал, записанный в сенсорную память сканирующих устройств кибернетической системы, а информацию как распознанные образы, которые система хранит в памяти. Принципы измерения количества информации при этом таковы: а) программы распознавания кибернетических систем являются оптимально-компромиссными по их размеру в памяти и времени исполнения; б) чем ниже вероятность правильного распознавания образа, тем большую информацию он несет; в) чем больше команд должна выполнить кибернетическая система для распознавания образа, тем больше информации он несет. Информация знакового сообщения состоит из таких единиц: номены, предложения и сюжет. При этом номены — это сложные образы, предложения содержат номены, а сюжет — это цепочка предложений. Количество кодированной, имеющей значение и отраженной информации зависит от длины развернутой программы-распознавателя, которую должен выполнить сканер для того, чтобы распознать кодированный, эталонный и отраженный образы, а также вероятности правильного распознавания [Партыко З.В., 2001: 97-100].

Математическая теория информации внесла большой вклад в коммуникативистику. Конечно, среди математиков до сих пор продолжают споры как о способах совершенствования процесса передачи информации, так и о самой природе информации (например, представитель русской математической школы А.Н.Колмогоров считал, что информация показывает меру сложности объекта, что кардинально отличается от взглядов Н.Винера и К.Шеннона).

## **Неомарксистское направление в изучении массовой коммуникации**

Теоретиками неомарксистского подхода масс-медиа воспринимаются как средства производства, имеющие пропагандистские возможности. Учитывая, что эти средства производства находятся в руках капиталистического класса, они выполняют деструктивную и дезорганизующую роль по отношению к его противникам, прежде всего рабочему классу. Целью владельцев является получение прибыли (а, при возможности, сверхприбыли), за счет эксплуатации наемного труда и получения, таким образом, добавочной стоимости. В идеологическом плане такие масс-медиа ведут пропагандистскую работу по сохранению статус-кво, т.е. господства капиталистов.

Есть несколько направлений неомарксистских теорий в области масс-медиа. Одной из них является политэкономическая теория медиа. В центре изучения тут находится не содержание и иные компоненты системы медиа, а, прежде всего, их экономическая структура. Т.е. ведется анализ отношений собственности и рынка медиа, а уж затем, исходя из этого, делаются выводы об идеологической направленности. Исходной посылкой является теория, согласно которой идеологическая и политическая надстройка полностью зависит от экономического базиса. В результате происходящих экономических процессов снижается коли-

чество независимых масс-медиа, усиливается концентрация собственности на этом рынке, слабо представляются интересы малочисленных и бедных аудиторий. Возможность выразить свое мнение в медиа имеют в основном те, кто обладает экономическими ресурсами: «Выжившие голоса в основном принадлежат тем, кто менее всего расположен критиковать преобладающее распределение богатства и власти. И, наоборот, те, кто мог бы бросить вызов подобной системе, лишены возможности обнародовать свое недовольство или оппозицию, поскольку не распоряжаются ресурсами, необходимыми для эффективного общения с широкой аудиторией» [Murdock G., Golding P., 1977: 37; по Бакулев Г.П., 2005: 96-98].

Некоторые отличия имеются в теории гегемонии медиа, которую основал выдающийся итальянский революционер А.Грамши. Тут на первый план выходит идеология и формы ее выражения в масс-медиа. Тут масс-медиа представляются оружием [Зражевська Н.І. Масова комунікація..., 2006: 142] для распространения интересов и взглядов господствующего класса, т.е. буржуазии.

Стоит также остановиться на постмодернистской марксистской теории Ф.Джеймисона и Д.Харви. У Ф.Джеймисона постмодернизм представляет собой систему, находящуюся в диалектической взаимосвязи как с культурными характеристиками постмодернизма, так и с экономикой капитализма, причем отражает этап развития последнего. Он считал, что такие художественные течения как реализм, модернизм, постмодернизм отражают в культурном плане реалии рыночного, монопольного и мультинационального капитализма. Т.е. на надстроечные явления влияет экономический базис, но не прямо, а через общество при производстве и восприятии культурных объектов. По Ф.Джеймисону, модернизм представлял собой попытку избежать институализации и товаризации искусства. Авангард является критической реакцией на массовую культуру. Постмодернизм выражает попытку позднего капитализма освоить сферу культуры. Причем для этого активно используются медиа и реклама. Ф.Джеймсон считает, что в эпоху позднего капитализма закончилась эра централизованного буржуазного субъекта. Система телекоммуникаций, маркетинговых и мобильных услуг гипнотизирует субъект. Сознание подчиняется радикальной фрагментации из-за изменений отношений со временем и пространством. Время, как система связи с прошлым и будущим, перестает существовать и уступает логике пространства, что ведет к шизофрении, т.е. потере ориентации в континууме. Такое пространство Ф.Джеймсон называет гиперпространством. Для самоопределения в классовом смысле необходим поиск социальных «когнитивных карт». Тут нужно вернуть искусству критическую дистанцию, которая была утрачена в постмодерне, деконспирировать суть и содержание буржуазных масс-медиа. Это является принципом освобождения от калечащего контроля потребительского капитализма. Д.Харви считал, что постмодернизм представляет собой не полный разрыв с модернизмом, а «культурную доминанту», поддерживающую элементы модернизма. Одновременно он критикует постмодернизм, в частности, за уход от реалий политической экономики и глобального капитализма. Постмодернизм у Д.Харви представляет собой новую организацию и технологические формы, разработанные поздним капитализмом, что,

в свою очередь, связывается с окончанием сферы накопления, жестко привязанного к условиям организации производства и труда. Ключевым понятием теории Д.Харви выступает сжатие времени-пространства. Это происходит в связи с развитием телекоммуникационных технологий и позволяет создать единый планетарный финансовый рынок. По Д.Харви, выход США в 1973 г. из Бреттон-Вудского соглашения (о том, что доллар должен свободно конвертироваться в золото), привел к окончанию эры привязки финансовой системы к производству товаров, т.е. к постмодернистской модели капитализма. Д.Харви предлагает разбить представления, созданные постмодернистской коммуникацией на основе имиджей, гипноза и симуляции, контратаковать имидж нарративом, эстетику этикой, поиском единства и разнообразия [Jameson F., 1991; Harvey D.; по Сапунов В. И., 2005: 6-17].

## Теории представителей Франкфуртской школы

Взгляды большинства представителей Франкфуртской школы носили неомарксистский характер. Сама школы существовала в 30-70-е гг. XX ст. Возникла она в Институте социальных исследований во Франкфурте-на-Майне.

Прежде всего, стоит назвать критическую теорию в анализе социальных процессов. За ней стоят разработки классиков Франкфуртской школы М.Хоркхаймера, Т.Адорно, Г.Маркузе. В частности, в этой теории рассматривалась роль медиа, считалось, что медиа, представляя интересы экономического базиса, формируют идеологическую и политическую надстройку в интересах буржуазии. При этом признавалась утрата пролетариатом роли гегемона и революционизирующего элемента. Классиков школы интересовал вопрос влияния надстройки на процессы в обществе, на его развитие. Один из путей виделся в господстве массовой культуры, ориентированной на идеалы консьюмеризма и бесклассовости. Исследование феномена массовой культуры основывалось на теоретическом наследии К.Маркса, Г.В.Ф.Гегеля и З.Фрейда. Утверждалось, что человек зависит от общепринятых дефиниций и образов. Наследие К.Маркса проявлялось также в историческом подходе к анализу социальных явлений. Считалось, что медиа массово воспроизводят культурные формы, создавая «одномерное общество» (Г.Маркузе) и идеологизируя надстройку. При этом общество атомизируется, а чувство социальной солидарности утрачивается.

Т.Адорно и М.Хоркхаймер ввели понятие «индустрия культуры» (так, кстати, называлась отдельная глава их работы «Диалектика Просвещения», посвященная роли масс-медиа в обществе), под которым понимали производство культуры, которое превращается в уничижающий человека аналог поточно-конвейерного производства. Это превращается в дегенерацию большинства до низкопробного «всеобщего уровня». Такая дегенерация имеет особое значение, так как является необходимым условием осуществления тоталитаризма (для Т.Адорно и М.Хоркхаймера последнее имело личное значение: оба ученых вынуждены были бежать из нацистской Германии в США). В своей «Диалектике Просвещения»,

исследователи использовали многочисленные наблюдения как за формированием единой ксенофобской массы в Германии, так и господства массовой культуры в США. При этом особое внимание было обращено и на нацистскую монополию на масс-медиа, и на то, что это встретило поддержку в оболваненных массах. Ученые подчеркивали внутреннее родство и общность масс как пассивного, безвольного, и лояльного продукта тоталитарной идеологии и массы как совокупности самодовольно-ограниченных и легко манипулируемых агентов массовой культуры. Общим выводом было то, что податливость масс духовному насилию закрепляется именно индустрией культуры. Кроме того, Т.Адорно и М.Хоркхаймер сделали вывод, что индустрия культуры — это идеологическая сила, которая, действуя как общедоступное средство общения под названием «масс-медиа», на деле является концентрированным выражением политической и экономической власти. При этом клиент индустрии культуры выступает не ее субъектом, как кажется на первый взгляд (ведь желтая пресса действует под лозунгом удовлетворения потребностей клиентов), а объектом, а название «масс-медиа» имеет целью просто усыпить бдительность и придать индустрии культуры невинный вид. Массы тут представляют не меру, а идеологию индустрии культуры, а результатом ее воздействия является антипросвещение. Массы, таким образом, представляют производное от деятельности масс-медиа. Исследователи Франкфуртской школы скептически относились к роли масс-медиа в индустрии культуры. Направленность медиа на удовлетворения желаний аудитории вело к завоеванию массового сознания и насаждению в нем низких духовных стандартов [по Терин В.П., 2000: 53-54]. При этом постановка проблем для принятия самостоятельных решений заменяется для аудитории развлечениями, во время которых им преподносят на подсознательном уровне (через поведение телевизионных персонажей) стандарты и тактики поведения, взгляды, которые становятся стереотипными. Т.е. идет оболванивание аудитории.

Массы, согласно взглядам Т.Адорно и М.Хоркхаймера, воспитываются технологически. Индустрия культуры служит рынку, который она сама и создает. Масс-медиа всему придает момент утверждения жизни, поэтому даже трагическое становится там рутинной. Все служит для мимолетного развлечения и постоянного потребления, которому придается вид мечты. Таким образом, масс-медиа являются станциями обмана, учрежденными индустрией культуры для получения прибыли. Масс-медиа формируют модели, которые подчиняют всю человеческую деятельность, вплоть до инстинктивных побуждений. И все это делается в экономических целях [по Этика СМИ, 2003: 128-129].

В целом, индустрия культуры распространяет базовые ценностные константы государственно-монополистического порядка, что служит основой духовной культуры современного общества. Материалы искусства при этом преобразуются в массовую культурную продукцию и выполняют функцию ложного сознания. Т.е. это идеология в том смысле, как ее употребляли К.Маркс и Ф.Энгельс в «Немецкой идеологии». Кстати, Г.Адорно отрицательно относился к самому термину «масс-медиа», считая, что он искажает истинную суть медиа. Изначально, по Г.Адорно, смысл термина был в том, что массы являются субъектом коммуникативного процесса, и деятельность медиа направлена на удовлетворение

их потребностей. Но де-факто массы представляют собой только объект процесса, потребляя предложенную им медиа духовную пищу. Причем при потреблении этой пищи массы расслаиваются, аудитория атомизируется, индивиды становятся изолированной друг от друга (ослабляется межличностная коммуникация) [Назаров М.М., 2003: 41-43].

Т.Адорно считал, что медиа оказывают разрушительное воздействие на личность, унифицируют индивидуальные особенности, распространяя стереотипы массовой культуры. Когда же масс-медиа воспроизводят образцы высокой культуры, качество воспроизведения настолько низкое, что у людей пропадает желание ознакомиться с оригиналами. Культурные суррогаты заменили высшие формы культуры [Бакулев Г.П., 2005: 101]. Таким образом, деятельность медиа в сфере культуры способствовала сохранению статус-кво и играла на интересы буржуазии как господствующего класса.

Сходных позиций придерживался Г.Андерс. Он попробовал проанализировать радио и телевидение с точки зрения онтологии и теории познания. Г.Андерс считал, что господство техники опережает человека, и именно техника (технологический дух) становится субъектом мировой истории. Масс-медиа, по Г.Андерсу, создают действительность, формируют человеческий опыт и управляют поведением людей. Г.Андерс считал, что телевизионное изображение является фантомом, который находится в неопределенном состоянии между «быть» и «казаться» и для которого не действует различие между серьезным и несерьезным. Это вызывает неопределенность индивидуума, который рассеивается между медийным и реальным миром и становится «дивизумом», который посвящает себя нескольким занятиям одновременно. Он пытается организовать свой мир при помощи медиа, но они создают для него состояние подобия шизофрении. Способы представления передач вызывают обывательскую ограниченность зрителей. При помощи телевизионных средств утрачивается также и дистанция. Создается что-то вроде псевдофамильярности между телевизионными персонажами и представителями аудитории (причем скрадывается ее односторонний характер — ведущие обращаются к зрителям как к старым знакомым). Телевизионные новости становятся решением, т.е. они являются уже готовым обработанным товаром, который поставляет готовые «приукрашенные» решения. Г.Андерс выдвинул схему решения  $S = p$ , который пояснял тем, что если в обычной жизни сообщение следует за фактом, то тут наоборот, факт следует за сообщением. Причем, по Г.Андерсу, все в масс-медиа является ложью: и напечатанное, и отснятое. Мир тут предстает как матрица, которая не только показывает товарный характер медиа, но и является их основополагающей характеристикой. Г.Андерс называет культурную индустрию индустрией шаблонов, которая а) преобразовывает мир в готовый к потреблению товар, б) формирует самих реципиентов. Особо Г.Андерс подчеркивал товарный характер масс-медиа, которые служат для того, чтобы формировать потребности [по Этика СМИ, 2003: 129-133].

Резкая критика индустриального и постиндустриального общества характерна для Г.Маркузе. Он считал, что несмотря на подобию рациональности современное индустриальное общество является иррациональным и дегуманизирующим. Г.Маркузе критически отно-

силы к современным технологиям, которые считал механизмами для установления тоталитаризма. Технологии, по его мнению, приводят к новым, эффективным и даже приятным методам контроля над личностью. Таким образом, технологии (в частности, телевизионные) не являются нейтральными, это способ доминирования над людьми. Вообще, под технологиями Г.Маркузе понимал способ организации и сохранения (или изменения) социальных отношений, проявление доминирующих форм мышления и поведения, инструмент контроля и доминирования. Именно вследствие господства технологий в современном обществе установилась комфортабельная, спокойная, демократичная несвобода. Таким образом, эффективность технологии усиливается тем, что она представляется нейтральной, в то время как на самом деле поработачивает индивида и подавляет индивидуальность. При этом Г.Маркузе придерживался марксистской позиции о том, что технология губительна не сама по себе, а в конкретных исторических условиях. Что, в принципе, она может служить для создания лучшего общества. Способ организации технологий делает современное общество тоталитарным, в смысле не только принудительного политического управления, но и принудительного экономико-технического господства на основе манипуляции потребностями людей. При этом создаются преграды для появления действенной оппозиции. Все это полностью согласуется и с плюрализмом медиа, и с конкурирующими силами в обществе. В постиндустриальном обществе техника служит для введения более эффективных и удобных форм социального контроля и социальной интеграции. Таким образом, прогресс приводит к унификации и сохранению статус-кво. Роль масс-медиа при этом очень важна, т.к. утверждение ценностей такой системы стабилизирует общество. Г.Маркузе считал, что права и свободы в условиях политической и духовной унификации общества утрачивают свое значение. Таким образом, постиндустриальное общество движется к тотальному контролю. В настоящее время происходит манипулирование потребностями людей путем удовлетворения их интересов и формирования новых. Большинство потребностей Г.Маркузе называет ошибочными (расслабления, развлечения, потребления, ориентации на рекламные образцы) в противовес жизненным потребностям (в еде, одежде, жилище). Ныне индивиды получают удовольствие от удовлетворения потребностей, сформированных масс-медиа. Таким образом, не индивиды диктуют свои желания медиа, а наоборот. Результатом действия технологий по уничтожению внутренней свободы людей становится «одномерное» общество, в котором индивиды утрачивают способность мыслить об обществе критически и негативно. Для освобождения от тотального контроля общества, индивид должен осознать свое рабское положение, что достаточно сложно в условиях тотального действия масс-медиа, которые постоянно поддерживают «одномерное» мышление. «Не отменяя коренных пороков капиталистической цивилизации сегодняшнее общество трансформировало их. Бывший классический пролетариат является теперь активным (и разносторонним) потребителем как материальной, так и духовной продукции и, в качестве такового, заинтересован в нормальном функционировании хозяйственной системы... Теперь он становится человеком одного измерения — того измерения, которое задается ему обществом потребления» [Маркузе

Г., 2003; Давыдов Ю.Н., 1977: 218; Зражевська Н.І. Масова комунікація..., 2006: 108-112; Назаров М.М., 2003: 44; Ритцер Дж., 2002: 170].

Несколько по иному, чем Г.Адорно, оценивал роль масс-медиа другой ученый Франкфуртской школы В.Беньямин.

Ряд интересных мыслей выразил по поводу процесса массовой коммуникации немецкий философ Ю.Хабермас. Он, наследуя М.Вебера, акцентирует внимание на перенесении центра общественного напряжения из отрасли производственных в отрасль социальных и коммуникативных отношений. Исходя из этого, ученый считал, что регулятивная функция масс-медиа будет постоянно расти. Социальное поведение Ю.Хабермаса возводит к ситуации говорения, а языку отводит чрезвычайно большую роль в процессе коммуникации. Опираясь на анализ актов общения, а также на данную М.Вебером концептуализацию социальных действий, немецкий ученый выделил два типа поведения: коммуникативный и стратегический — и показал, как стратегически ориентированное поведение (целью которого является не достижение взаимопонимания, а реализация «интереса») ведет или к осознанному, или к неосознанному обману партнера.

Большой вклад в развитие теории массовой коммуникации внес представитель критической школы Ю.Хабермас. В первом томе своей «Теории коммуникативного действия» [Habermas J., 1987] он много места посвятил масс-медиа и массовой культуре. При этом Ю.Хабермас отказался от одностороннего дискурса своих предшественников по Франкфуртской школе, которые, по его мнению, не замечали амбивалентный потенциал медиа.

По собственному признанию философа, его целью было создать теоретическую программу, которая выступила бы реконструкцией исторического материализма [Habermas J., 1979: 95]. Поэтому закономерно, что многие моменты теории коммуникативного действия можно соотносить с теоретическими положениями К.Маркса. Хотя, снова таки естественно, между их теориями есть принципиальная разница. Ю.Хабермас считал, что К.Маркс все сводил к труду (целерациональному действию). Он же выделяет еще и социальное символическое взаимодействие, которое называет коммуникативным действием. Если задача целерационального действия — достижение определенной цели, то коммуникативное действие направлено на достижение взаимопонимания [Ритцер Дж., 2002: 177]. При этом коммуникативное действие играет не меньшую роль, чем труд, т.к. с ее помощью человек производит и воспроизводит свою жизнь посредством коммуникации [Сапунов В. И., 2005].

Еще одной центральной проблемой в теории Ю.Хабермаса выступает рациональность. Тут немецкий философ основывается на работах еще одного своего знаменитого предшественника М.Вебера. Ю.Хабермас согласен с веберовским положением о том, что рационализация жизни в Западной Европе привела к утратам в сферах культуры и социальной жизни, но считал, что это следствие особой формы рациональности — коммуникативной. Это форма рациональности, которая имеется во всех ценностных сферах, которыми, по мнению М.Вебера, отличается современное общество. И в сфере науки (эта сфера претендует на истинность), и в сфере морали (верность нормам), и в сфере искусства (правдивость). Ценностный аспект рационализации, по Ю.



Хабермасу, не в возрастании роли инструментального разума, а в рационализации обыденного мира людей [Володина Л.В., 1999: 25-27]. Ю.Хабермас считал, что наиболее важная деятельность сосредоточена вокруг рационализации целерационального действия, т.е. труда. Это ведет к росту производительных сил и увеличению технологического контроля над жизнью. Эта рационализация признается главной проблемой современности, однако не рационализация вообще, а именно целерационального действия. Решение проблемы, по Ю.Хабермасу лежит в сфере рационализации коммуникативного действия, т.к. это ведет к добровольной и открытой коммуникации, свободной от давления. Конечной целью эволюции становится рациональное общество без искажающих коммуникацию барьеров. Рациональность тут видится как «снятие ограничений на общение» [Habermas J., 1970: 118; Habermas J., 1979; Ритцер Дж., 2002: 179].

Ю.Хабермас выделяет средства управления, например, деньги, и средства, зависящие от языка (или обобщенные формы коммуникации), такие как масс-медиа. Масс-медиа «освобождают коммуникативные процессы от провинциальности ограниченных в пространстве и во времени контекстов и создают общественность, создавая абстрактную одновременность виртуально удерживаемой в настоящем времени сети из удаленных друг от друга в пространстве и времени коммуникативных смыслов, и держат в распоряжении обращения с множественными контекстами» [Habermas J., 1987; по Этика СМИ, 2003: 137]. Медийная общественность, в свою очередь, создает иерархию и одновременно ограничивает коммуникацию. Масс-медиа, с одной стороны, могут значительно усилить социальный контроль, но с другой, могут разделять, сокращать и уплотнять процесс понимания.

В связи с проблемой достижения истинного согласия Ю.Хабермас вводит понятие идеальной коммуникации, под которой понимает ситуацию, когда коммуникация не искажается не только внешним случайным влиянием, но и принуждением, которое задается самой структурой коммуникации. Идеальными условиями коммуникации является возможное участие в ней всех, способных к речевому выражению и действию; возможность для каждого поставить под сомнение любое утверждение; возможность для каждого выступать с любыми утверждениями; возможность высказывать свои взгляды, желания и потребности; отсутствие внутренних и внешних преград. Последней инстанцией в такой коммуникации должен быть «своеобразное невынужденное принуждение весомейшего аргумента» [Habermas J., 1971: 137; по Ермоленко А.М., 1999: 38]. Ю.Хабермас считал, что идеальная коммуникативная общность возможна только в результате неограниченного господства коммуникации. В основе эго концепции лежит вера в разум человека и в его способность договариваться под влиянием лучших аргументов и без всякого принуждения.

Ю.Хабермас считал, что внеязыковое стратегическое коммуникативное действие возможно только при ясности его контекста. Всякая неясность координируется посредством языковой коммуникации. Если естественная речь используется только как инструмент передачи информации, то это стратегическое действие, если же как источник социальной интеграции — коммуникативное. Ю.Хабермас противопоставляет две

рациональности: консенсуально-коммуникативную (ориентированную на использование языка) и инструментально-стратегическую. Первая претендует на значимость благодаря понятности, истинности, правдивости, нормативной правильности. Тут речь идет не о случайных мотивах и интересах, а об универсальных общезначимых нормах. Партнеры по коммуникации рассматриваются как равноправные личности, чьи интересы надо учитывать наравне с собственными. На первый план выходит коммуникативная компетентность человека, которая заключается в нахождении средств выражения для достижения согласия без артикуляции своих стратегических интересов. Ю.Хабермас широко пользуется понятиями локутивных (речевых) и илокутивных (основанных на взаимопонимании) функций.

Предварительно обсужденная коммуникативная деятельность отличается от дискурса. Коммуникативное действие, по Ю.Хабермасу, не сводится только к акту коммуникации. Это все виды интеракций, совершаемых совместно и согласовано с другими людьми. Жизненный мир тут предстает резервуаром культурных смыслов. Он не разделен на мой и твой и дает взаимопонимание по линии диалогического отношения «Я-Ты». В процессе коммуникации происходит самоидентификация личности, идентификация ее принадлежности к социальной группе, осознание индивидуальности своей нарративной истории и единства нарративной истории всего общества. Таким образом, коммуникативное действие не покрывает все многообразие социальной жизни, так как описывает процессы только социальной, но не системной интеграции, возникающей в результате инструментально-стратегической деятельности. Глобализация, по Ю.Хабермасу, порождает новые социальные патологии. Подсистемы социума в ходе глобализации вырастают из границ национальных государств и ускользают из-под контроля обществ. Таким образом, угрозы для независимости национальных государств исходят не только от других государств, но и от системных закономерностей «нового мирового порядка». Выход Ю.Хабермас видел в концепции управляемого модерна, когда управлением займутся не государственные или надгосударственные структуры, а организующееся в мировом масштабе гражданское общество [по Назарчук А. В., 2002].

По Ю.Хабермасу, жизненный мир и коммуникативное действие являются дополняющими обстоятельствами. Коммуникативное действие, конечно же, происходит в рамках жизненного мира, который предстает «трансцендентальным местом, где встречаются говорящий и слушающий, где они взаимно предъявляют претензии на то, что их высказывания соответствуют миру... и где они могут критиковать и подкреплять эти притязания на обоснованность, улаживать свои разногласия и приходиться к соглашению» [Habermas J., 1987: 126; Ритцер Дж., 2002: 471-472]. Общественная сфера должна быть свободна от всякого давления: как со стороны власти, так и со стороны бизнесовых сил, с тем, чтобы обмен мнениями имел достоверность, и получалась информация, достаточная для рационального дискурса. При этом все атрибуты статуса должны терять свое значение, а власть иметь только сила аргументов. Причем дискуссии в общественной сфере должны иметь прямое влияние на деятельность государства. Дискуссия в общественной сфере должна соответствовать ситуации «идеальной речи», четыре принципа

которой «удобопонятность, правдивость, уместность и искренность» [по Прайс М., 2000: 36-37].

Что касается массовой коммуникации, то она, в основном, организовывается по правилам стратегического действия, коммуникативное тут выступает как исключение. Но социальный контроль со стороны масс-медиа, по Ю.Хабермасу, имеет амбивалентный характер. Т.е., с одной стороны, происходит давление со стороны власти, политических и бизнесовых структур, но, с другой, существуют правила конструирования речевой деятельности. Речевое понимание масс-медиа дает человеку шанс вырваться из пут овеществления, которое координируют деньги. Масс-медиа существенно повышают коммуникационные связи (и в географическом, и в социальном плане) и целиком способны работать на осуществление рационального дискурса. Этот дискурс дает массовому сознанию дополнительную рациональную основу для идентификации социальных групп в глубоко структурированном социуме. Кроме того, через такой дискурс происходит связь между общественными и частными сферами общества [Социология, 2005: 234-235]. Но масс-медиа, естественно, несут свою долю вины и за культурное обнищание и фрагментацию общественного сознания. Еще одно негативное влияние, распространяемое каналами массовой коммуникации — это консьюмеризм. Поэтому Ю.Хабермас считал, что общественная и частная сфера человека нуждаются в защите от негативных влияний, в т.ч. масс-медиа.

В сфере политики Ю.Хабермас не утратил веры в создание легитимной демократической (нелиберальной) власти. «Мы можем различать власть, рождающуюся в процессе коммуникации, и административно применяемую власть. В деятельности политической общественности встречаются и перекрещиваются два противоположных процесса: с одной стороны, коммуникативное формирование легитимной власти, которая рождается в свободном от всяких репрессий процессе коммуникации..., а с другой — такое обеспечение легитимности через политическую систему, с помощью которой административная власть пытается управлять политическими коммуникациями» [Хабермас Ю., 1995: 50; по Засурский И.И., 1999: 45]. Естественными для неомарксиста являются представления Ю.Хабермаса о периодических системных кризисах общества. Причем меры по обузданию этих кризисов со стороны государства и бизнесовых структур пагубно сказываются на общественной сфере. Коммуникация при этом фрагментируется и оказывается все менее направленной на достижение согласия.

В целом, взгляды представителей критической теории Франкфуртской школы носили неомарксистский характер, причем были достаточно оригинальны в исследовании социальных процессов. При этом имелись значительные расхождения как с классическим марксизмом, так и с другими неомарксистскими школами.

К критической школе принадлежат работы известного американского социолога Ч.Р.Миллса. Он рассматривал масс-медиа как институт, который служит господствующим элитам. При этом из-за влияния масс-медиа люди оказываются не в состоянии связать свои проблемы с проблемами общества. Формирование у людей ощущения жертв подрывает демократические устои общества [Миллс Р., 1959: 415-430; Назаров М.М., 2003: 46-47].

## Коммуникационные воззрения Н. Лумана

В этом параграфе мы попробуем объединить теоретические взгляды на коммуникацию выдающегося немецкого философа Никласа Лумана. Поэтому возможны повторения с некоторыми иными частями монографии.

Н. Луман разрабатывал теорию систем. Согласно этой теории, мыслить систематично означает мыслить холистически, т.е. смотреть на вещи целостно. Таким образом, феномены анализируются не отдельно в их причинно-наследственных связях, а в виде систем, которые состоят из некоторых элементов, и их соединения (отношения). При этом реализуется эмерджентность (целое больше, нежели сумма его частей). Системно-теоретический подход направлен на стабильность/нестабильность, функциональность/нефункциональность системы в ее развитии и взаимоотношении с окружающими. Коммуникацию тут можно четко отделить от действия, т.к. она не состоит из цепочки: А сообщил Б, Б сообщил В и т.д. То есть коммуникация не сводится к акту сообщения или к информации, а происходит лишь вследствие понимания, т.е. когда некто присоединяется к коммуникации. Понимание в этом смысле не противостоит непониманию, а охватывает его. То есть в социальном смысле понимание не означает принятия мысли коммуникатора, а реакцию на эту мысль в виде или понимания, или непонимания. Эта операция имеет внутренний, а не внешний, импортированный смысл. Она является компенсацией того, что сознание не имеет прямого доступа к иному сознанию. Понимание может быть как кооперационным (направленным на консенсус, так и конфронтационным (конфликтным). Интересно, что в рамках системно-теоретического подхода журналистика не зависит от публичной риторики из-за того, что большая часть информации берется из предложений ПР, так как эта информация выбирается, обрабатывается и презентуется согласно специфике журналистской системы и по ее правилам [Шолье А., 2011: 485, и далее].

Интересен подход Н. Лумана к коммуникации. По его мнению, коммуникация «осуществляется посредством трех различных селекций, а именно: селекции информации, селекции сообщения этой информации и селективного понимания или непонимания этого сообщения и его информации» [Луман Н., 1995]. Причем он считал, что эти компоненты находятся в неразрывной связи. Н.Луман высказывал еще ряд интересных, хотя и спорных идей. Например, о том, что «коммуникация не имеет никакой цели», т.к. является кольцевой, аутопойэтической системой [Луман Н., 1995]. При этом он вступал в резкую дискуссию с Ю.Хабермасом, считая что его теория рациональности коммуникативного действия, согласно которой коммуникация нацелена на консенсус, ошибочна. Вместо этого он выдвигал тезис о рискованности коммуникаций, т.е. о том, что обостряется вопрос будет ли сообщенная и понятая информация принята или отклонена.

Н.Луман разделял коммуникацию на сообщение и информацию. При этом «сообщение — есть то, что стремится преподнести мне мой коммуникативный партнер, например, попытаться меня дезинфор-

мировать или мной манипулировать; информация — это то, что я воспринимаю в его сообщении, то, что меняет коммуникацию, заставляет течь ее по-другому, например, если я распознаю попытку меня дезинформировать» [Луман Н., 2005: 211]. Особо, при этом, выделялась роль понимания, как средство дифференциации информации и сообщения, т.е. отделение в коммуникации нужного для индивида от нужного для партнера.

Н.Луман считал, что понятие масс-медиа имеет тенденцию к расширению. «В дальнейшем понятием «масс-медиа» должны быть охвачены все общественные учреждения, использующие технические средства для распространения сообщений» — писал он [Луман Н., 2005: 9]. Тут, прежде всего, имелись в виду результаты тиражирования любой печатной продукции для заранее не определенных адресатов. В случае общедоступности под категорию «масс-медиа» попадали также сообщения в эфире. При этом Н.Луман исключил из поля массовой коммуникации случаи общедоступности коммуникационного пространства (лекции, театральные и другие подобные представления, концерты, в том числе распространение материалов об этих выступлениях на кассетах и дисках). Причиной такого ограничения является то, что, по мнению немецкого ученого, только машинное производство носителей коммуникации привело к появлению масс-медиа. Он считает, что для процесса массовой коммуникации технология имеет то же значение, что в сфере экономики опосредующая функция денег. Именно технологии распространения коммуникаций, которые исключали межличностные интеракции в пользу массовокоммуникационной, лежали в основе обособления системы масс-медиа. Таким образом, письменность сама по себе не создает массовую коммуникацию, но ее создает книгопечатание. Кроме того, высказывается замечательная мысль о том, что «между отправителем и адресатом не может состояться непосредственная интеракция», которая исключена из-за посредничества техники [Луман Н., 2005: 10]. Это неплохой ответ тем, кто смешивает различные типы коммуникации (особенно, межличностную и массовую). Разумеется, по итогам массовокоммуникационного обмена может состояться межличностная коммуникация и попытки обратной связи. «Однако от нее уже не зависит успех планомерной коммуникации. Так в сфере масс-медиа возникает аутопойетическая, самовоспроизводящая система, более не зависящая от передачи в процессе интеракций между присутствующими» [Луман Н., 2005: 30]. Кроме того, Н.Луман отмечал амбивалентный характер реальности масс-медиа. Реальная реальность масс-медиа состоит в их собственных операциях, прежде всего, в их коммуникациях. Второй смысл реальности масс-медиа философ видит в том, что для масс-медиа и благодаря им она выглядит как реальность. То есть масс-медиа производят трансцендентальную иллюзию. Кроме того, Н.Луман отмечал такое свойство массмедийной информации как периодичность и лонгитюдность наблюдений. Важная функция — это порождение и переработка раздражений. Причем периодичность тут играет важную роль, т.к. мы можем быть уверены в том, что в будущем узнаем больше и детальнее об актуальных событиях. Масс-медиа существуют в обществе, не вырываясь и не возвышаясь над ним. При этом система масс-медиа корректирует саму себя благодаря собственному обособлению и имеет

универсальный характер, т.е. «может заниматься всем, что может тематизироваться в ее собственных коммуникациях... Не существует таких фактов, сущность которых препятствовало бы их освещению в средствах массовой коммуникации» [Луман Н., 2005: 30].

Н.Луман выделял такую важную медийную функцию как управление за самонаблюдением за общественной системой. В основе тут лежит разделение общества и окружающего мира. Н.Луман справедливо заметил, что медиа постоянно порождают и перерабатывают раздражения. При этом отрицались функции познания, социализации, прививания нормативного конформизма. Опубликованная информация теряет свою ценность неожиданности и трансформируется в неинформацию. В результате деятельности медиа возникает представление о мире и обществе, на которые и ориентируется само общество [Луман Н., 2005: 151-152].

О значении масс-медиа коротко и сильно сказал Н.Луман в первых строках своей книги «Реальность массмедиа»: «То, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы знаем благодаря масс-медиа. Данное утверждение справедливо не только в отношении нашего знания об обществе и истории, но и в отношении познания природы». Но, естественно, это не означает, что человек должен занимать пассивную позицию относительно медиа. Поэтому философ продолжает: «Мы так много знаем о масс-медиа, что не можем доверять им. Защищаясь, мы обвиняем их в манипуляции, однако это обвинение не влечет за собой значимых последствий, поскольку знание, заимствованное у масс-медиа, словно само по себе образует закрытую, саму себя подпиральную структуру. Подобное знание мы характеризуем как сомнительное и всё-таки вынуждены на нем основываться и из него исходить. Решение этой проблемы не может состоять в обнаружении некоего тайного кукловода на заднем плане, как это практиковалось в романах ужасов XXVIII столетия, — как бы ни хотели в это верить даже социологи. Согласно тезису, который должен получить дальнейшую разработку, мы имеем дело с одним из следствий функциональной дифференциации современного общества» [Луман Н., 2005: 8].

Действительно, с одной стороны, масс-медиа активно влияют на то, что мы знаем (и не знаем) об окружающем мире (например, «эффект CNN»). С другой, человек — существо обучаемое. После первого периода слепой веры в медиа (теория пули), он выработал критическое отношение к ним. Часто общество как бы пропускает мимо себя информацию, которая имеет с точки зрения медиа сенсационный характер. Сам Н.Луман вспоминал о случае Рикуперо. Имеется в виду министр финансов бразильского правительства Рубенс Рикуперо. 3 октября 1994 г. в Бразилии должны были состояться выборы. За три месяца до этого правительство ввело твердую валюту и предприняло ряд других мер по обузданию инфляции. По уверению правительства, это было сделано не под выборы, а вследствие плановой работы по оздоровлению экономики. Однако за месяц до выборов один из бразильских каналов при помощи специальных антенн перехватил разговор министра финансов с его кузеном (кстати, журналистом) и стал передавать его в прямой эфир. В ходе этого разговора министр однозначно дал понять, что публичное представление программы правительства не соответствовало его действительным намерениям. Разразился большой скандал, который не сходил со страниц

бразильских медиа и с телеэкранов длительное время. Среагировали бизнесмены (через курс на бирже), политики, медиа, все, кроме одного участника политического процесса — электората. Отрыв президента Бразилии Ф.Э.Кардозо от противника сохранился, и он уже в первом туре был избран президентом на новый срок [Луман Н., 2005: 70-72].

К этому парадоксу примыкает феномен рекламы, который Н.Луман назвал самым загадочным в сфере масс-медиа. Он задает риторический вопрос: «Как состоятельные члены общества могут быть глупы настолько, чтобы расходувать немало денег на рекламу для подтверждения своей веры в глупость других?», и продолжает: «Реклама пытается манипулировать, она работает неискренне и предполагает, что это предполагают» [Луман Н., 2005: 73]. При этом реклама не скрывает своих мотивов, но скрывает и оттачивает методы, которыми пользуется для влияния на потребителя. Задача состоит в том, чтобы обойти когнитивную сферу человека. По мнению Н.Лумана, реклама использует для этого краткость обращения, выразительность, быструю смену тем и образов [Луман Н., 2005: 73-74].

Основой деятельности медиа лежит передача новостной информации. Н.Луман исследовал факторы отбора новостей: 1) информация должна быть новой и, желательно, неожиданной, повторения нежелательны; 2) предпочтение отдается конфликтной информации, которая рождает напряженность; 3) количественные показатели возбуждают внимание, особенно если цифры сравниваются; причем, чем крупнее цифры, тем лучше; 4) особую значимость сообщениям придает локальность информации; 5) внимание привлекают нарушения норм (правовых, этических), которые медиа представляют в виде скандалов; 6) к этому добавляются моральные оценки, с помощью которых медиа выполняют функцию по сохранению и воспроизводству морали; 7) при этом внимание уделяется действиям (и действующим персонам), а не мотивам и причинам поступков; 8) требование актуальности приводит к сообщению о событиях, которые уже состоялись к моменту сообщения, требование рекурсивности — к тому, что события учитываются и в более поздних сообщениях; 9) как особый случай, выражения мнений тоже могут распространяться под видом новостей. По мнению Н.Лумана, несмотря на неоднородность трёх столпов масс-медиа (новости/репортажи, реклама, развлечения) система медиа едина. Неоднородность же заключается в разнообразии способов коммуникации, воплощения, производства раздражений и информации. Особенность ситуации состоит в том, что масс-медиа являются медиумами не в том смысле, что передают информацию от знающего к незнающему, а в том, что развивают фоновое знание, из которого можно исходить в дальнейшей коммуникации. Особенностью масс-медиа является также то, что они всегда и без исключений работают над собственной дискредитацией, оспаривая, комментируя и поправляя сами себя. Кроме этого, по мнению Н.Лумана, масс-медиа являются оперативно-замкнутыми и поэтому аутопойетическими системами [Луман Н., 2005: 49-58, 103-105, 109, 181-182].

Н.Луман, как и многие другие исследователи, обращал особое внимание на манипулятивную природу масс-медиа.

По Н.Луману, теория коммуникации «утверждает следующее: коммуникация невероятна. Она является невероятной, хотя мы каждый

день переживаем и культивируем ее, более того, мы не смогли бы без нее выжить. Поэтому необходимо в первую очередь постичь невероятность, ставшую невидимой. Для этого нужно сделать, так сказать, контрфеноменологическое усилие. Эту задачу решить можно, если представить коммуникацию не как явление, а как проблему; если не подбирать понятие, удовлетворяющее по возможности всем явлениям, а поставить вопрос о самих условиях возможности коммуникации» [по Щербина В.Н., 2001]. При этом на пути коммуникации возникают многочисленные препятствия и проблемы. Во-первых, невероятным представляется то, что один индивид понимает, что подразумевает другой (вследствие автоматизации и индивидуализации сознания). Во-вторых, невероятность заключается в достижении большего числа людей, чем относящихся к данной конкретной ситуации (это происходит прежде всего из-за проблемы внимания, когда участники не желают продолжать коммуникацию). Третьей невероятностью Н.Луман считал невероятность успеха коммуникации. Т.е. для успеха, кроме понимания, необходимо еще принятие коммуникации. Коммуникационным успехом он называл «восприятие получателем селективного содержания коммуникации (информации) как предпосылки своего поведения и присоединение к этому селективному содержанию последующих, что лишь усиливает его селективность» [по Щербина В.Н., 2001].

Однако ни одна социальная система не может возникнуть без коммуникации, так что невероятность последней преодолевается и трансформируется в вероятность.

При этом существуют три вида невероятности, которые усиливают друг друга. Т.е. преодоление одной невероятности приводит к усилению другой. Так, при понимании коммуникации возникает больше причин отказа от нее, при большом количестве участников коммуникации понимание усложняется, а отказ упрощается. Таким образом, возникает проблема развития в условиях усиливающей несовместимости потребностей. Массовая коммуникация создает иллюзию, что эта проблема уже решена, хотя в реальности она существует.

Н.Луман предлагает понятие посредников для обозначения всех типов учреждений, которые служат для преобразования невероятной коммуникации в вероятную, т.е. для решения всех трех типов проблем. Прежде всего, это, конечно, масс-медиа, т.е. технические каналы связи, которые способны донести информацию к отсутствующим. Н.Луман также относит к таким посредникам язык, т.к. он способствует пониманию коммуникации на надиндивидуальном уровне. Сюда же относится письменность. Н.Луман выделяет символически генерализованных посредников коммуникации. Для разных сфер это могут быть деньги, власть, влияние, ценностные ориентации, истина, любовь.

При этом масс-медиа селективно ограничивают репертуар установок и мотивов, на что опираются иные системы общества (например, система обучения). При этом Н.Луман подчеркивал революционизирующую роль книгопечатания [по Щербина В.Н., 2001]. Новые медиа так же активно изменяют как общественные, так и личные установки.

В своей концепции Н.Луман попробовал объединить системную, эволюционную и коммуникативную теории. Особое внимание было уделено системному подходу. Тут Н.Луман различает органические системы



(жизнь), психические системы (сознание), социальные системы (коммуникация). Система существует благодаря тому, что она отличает себя от окружающей среды. При этом она не воспринимает и не адаптируется под отличное от себя окружение. Таким образом, система способна реагировать только на себя и на собственные коммуникации. Система или функционально развивает себя, или гибнет. Сложные системы способны к самостоятельному развитию и к самовоспроизводству системных процессов, т.е. к аутопойэзису (в том числе, к преодолению самоограничений). Интересен взгляд на общество: «Общество есть система, чувствительная к окружающей среде, но оперативно закрытая. Оно наблюдает только посредством коммуникации. Оно не может ничего другого, кроме как осмысленно коммуницировать и эту коммуникацию регулировать посредством самой коммуникации. Поэтому повредить оно может только себя само» [Luhmann N., 1986: 63; по Назарчук А. В., 2002].

Согласно Н.Луману, аутопойэтические системы способны создавать квазиэффекты внешнего наблюдения. Это крайне важно, так как система не может оценивать себя сама, ее ограниченность воспринимается только из другой системы (или квазисистемы). Н.Луман называл это кибернетикой второго порядка. Ведущую роль тут играет коммуникация. Вообще Н.Луман называл общество «всеобъемлющей системой отсылающих друг к другу осмысленных коммуникаций» [Там же: 63]. При этом, по Н.Луману «Понятие коммуникации обозначает здесь не просто действие сообщения, которое «переносит» информацию, но особую аутопойэтическую операцию, которая связывает три различные селекции, а именно информацию, сообщение и понимание, в единое эмерджентное единство, к которому могут примыкать и дальнейшие коммуникации» [Там же: 45-48]. При этом ключевыми коммуникационными элементами являются информация, смысл, тема и сообщение. Информация является «различием, которое создает различия». Смысл упорядочивает коммуникативные семантики. Темы возбуждают внимание. Сообщения обеспечивают распространение информации.

Н.Луману принадлежит обозначение глобализации как способности связать современную социальную систему едиными коммуникациями, что может означать наибольшую способность социальной системы на данном этапе эволюции [Luhmann N., 1975: 51-71; по Назарчук А. В., 2002].

Интересным является замечание Н.Лумана о том, что масс-медиа не должны различать реальный мир и виртуальный, т.е. тот, который они представляют. «Поэтому нельзя понять «реальность масс-медиа», если видеть их задачу в подготовке правильной информации о мире и сетовать при этом на их неудачи, их искажение реальности, их манипуляции мнениями, как будто могло бы быть иначе» [Луман Н., 2005].

Исследователи выделяют такие отличительные черты теории Н.Лумана. 1. Технические измерения и характеристики масс-медиа не обсуждаются. 2. Теория относительно масс-медиа носит описательный, а не оценивающий характер, т.е. нет определенной гуманитарной или иной подобной парадигмы относительно медиа-контента (хотя, на наш взгляд, определенно просматривается экологический характер взглядов немецкого мыслителя). 3. Принципиальный отказ от теории отражения, т.е. масс-медиа не отражают реальность, а конструируют ее. 4. Крите-

рии медийных оценок находятся в самой сфере масс-медиа. Значение масс-медиа состоит в том, что они имеют функцию самонаблюдения общества (без этого невозможно саморазвитие); создают настоящее, на которое можно ориентироваться; определяют темы, с которыми сталкивается общество (т.е. являются самостоятельной политической и исторической силой); создают систему порядка для общества, которая вносит стабильность; создают собственно говоря общественную действительность [Этика СМИ, 2003: 144].

Как видим, ключевыми понятиями в теории Н.Лумана является аутопойезис систем от биологических до социальных. Под этим понимается их самовоспроизводство, самоорганизация, а также исключительная закрытость. Система не способна понять себя извне. Вообще, непонятно отношение Н.Лумана к внешнему, за пределами системы, миру. Сила социальных систем именно в том, что через создание системы квазивнешнего наблюдения (масс-медиа) они способны к самооценке и развитию. Вообще, при рассмотрении коммуникационных взглядов Н.Лумана следует учитывать, что сам он считает их побочным продуктом своей системной теории. Н.Луман считал, что любая коммуникация носит невероятный характер. Причем невероятность имеет несколько составляющих. И преодоление одной из них усиливает другие (например, при достижении понимания коммуникации может усилиться ее неприятие). Социальные же структуры призваны преодолеть невероятность коммуникации. Важным является также понятие кода, т.е. средства для отделения элементов системы от элементов несистемы. Коды носят универсальный характер и без них коммуникация в системе невозможна. Например, для экономики кодом являются деньги, для науки — истина, для интимных отношений — любовь и т.д. Интересным является также то, что системы, по Н.Луману, носят абсолютно замкнутый характер, не пересекаются и не могут понять друг друга (например, биологическая система и социальная). Если же внешние помехи носят значительный характер (т.е. система их замечает), то она интерпретирует их в соответствии со своим кодом и реакция будет зависеть именно от такой интерпретации (в этом еще одно значение масс-медиа).

## Структурализм и постструктурализм

Прежде всего, необходимо отметить отличие структурализма от структурного функционализма, которое основывается на объекте исследования. Если структурные функционалисты занимаются изучением, в первую очередь, социальных объектов, то структуралистов интересуют объекты лингвистические. Повышенный интерес к лингвистическим объектам в определенный период стал настолько велик, что дал основание говорить о лингвистическом повороте в социальных науках [Lash S., 1991: ix; по Ритцер Дж., 2002: 523].

Основателем структурализма считается швейцарский лингвист Ф. де Соссюр. Особое значение приобрело различие между двумя понятиями: язык (*langue*) и речь, слово (*parole*). Ф. де Соссюр понимал под языком его формальную грамматическую структуру, систему звуковых

элементов, действующую по особым законам, которые предстоит открыть. Язык делает возможной речь. Последняя непосредственно используется для выражения мысли и является индивидуальной, а, может, и неповторимой. Сам Ф. де Соссюр считал, что предметом исследования в лингвистике должен быть язык, как система знаков, а не речь. При этом большое значение придается исследованию взаимоотношений знаков в системе. Как пример можно привести значение слова «горячий», которое проистекает не из свойств самого слова, а из оппозиции слову «холодный» [Ритцер Дж., 2002: 523]. Таким образом, социальный мир формируется структурой языка.

Ф. де Соссюр четко отделил лингвистику с ее основным объектом — языком — от всех других наук (физика физиология, психология), с которыми она была связана ранее. Язык принимался как система знаков, существующая «в полной мере лишь в массе», как социальный продукт речевой деятельности, т.е. швейцарский исследователь выделял как основную функцию и как условие существования социальную роль языка. Причем, социальность принималась как сущность языка. Интересны параллели, которые некоторые исследователи, в частности Ж.Пиаже, проводили между взглядами Ф. де Соссюра и Э.Дюркгейма: «Язык мыслился Соссюром как «институт» в том смысле, который ему придавал Дюркгейм, т.е. как коллективная система, организация которой зависит только от общественно выработанных обычаев и правил, и передача которой является одновременно «внешней» по отношению к индивидам (воспитательной и т.д.) и принудительной... Это принуждение может не чувствоваться как таковое, так как каждый человек любит свой язык и скорее испытывает влечение, чем обязанность по отношению к тем моделям, которые язык предлагает» [Пиаже Ж., 1966: 24]. Ряд исследователей особо отмечали, что язык, по Ф. де Соссюру, это «социальная часть речевой деятельности, внешняя по отношению к индивидууму», язык «социален по своей сущности и независим от индивидуума» [Косериу Э., 1963: 162]. Ф. де Соссюр считал, что язык (*langue*) — «это речевая деятельность (*langage*) минус сама речь (*parole*)» [Соссюр де Ф., 1963: 86]. Отличие от речи состоит в том, что язык представляет собой «замкнутое целое и дает базу для классификации. Отводя ему первое место среди всех и всяких явлений речевой деятельности, мы тем самым вносим естественный порядок в такую область, которая иначе разграничена быть не может» [Соссюр де Ф., 1963: 35]. Ф. де Соссюр пытался смоделировать и ответить на наиболее вероятные аргументы оппонентов. Например, на аргумент, что речевая деятельность осуществляется голосовым аппаратом, данным нам от природы, а язык представляет собой условное и усвоенное явление и, таким образом, не предопределяет природный инстинкт речи, а сам зависит от этого инстинкта, швейцарский исследователь отвечал следующее: «Прежде всего вовсе не доказано, что речевая деятельность в той форме, как она проявляется у нас, когда мы говорим, есть нечто вполне естественное, иначе говоря, что наш головной аппарат предназначен для говорения в той же мере, как наши ноги для ходьбы» [Соссюр де Ф., 1963: 35]. Кроме того, Ф. де Соссюр оспаривает тезисы американского лингвиста Уйтни о том, что язык есть социальное учреждение, подобное иным, и том, что человек только случайно пользуется голосовым

аппарат как орудием языка, а могли бы пользоваться чем то иным, например, жестами. Вообще, Ф. де Соссюр считал, что вопрос о голосовом аппарате играет второстепенную роль в проблеме языка. Обосновывая этот тезис, швейцарский ученый дает определение артикулируемой речи: «По латыни *articulus* означает «член, часть, подразделение в ряде вещей»; в отношении речи членораздельность может обозначать либо подразделение речевой цепи на слоги, либо подразделение цепи значений на значимые единицы; в этом именно смысле говорят по немецки: *gegliederte Sprache*. Придерживаясь этого второго определения, можно было бы сказать так: естественной для человека является не произносимая речь, а именно способность образовывать язык, т.е. систему отдельных знаков, соответствующих отдельным понятиям» [Соссюр де Ф., 1963: 35]. Т.е. исследователь выводит на первый план языковые, а не речевые компоненты. Четко отделяя лингвистику от физиологии, Ф. де Соссюр утверждал: «Суть языка, как мы увидим, не связана со звуковым характером языкового знака» [Соссюр де Ф., 1963: 33]. Особо подчеркивалась социальная природа языка: «Его социальная природа — одно из его внутренних свойств... Язык никогда, наперекор видимости, не существует вне социального факта, ибо он есть семиологический феномен» [Соссюр де Ф., 1963: 86]. Как уже указывалось, Ф. де Соссюр четко отделял язык от иных социальных институтов: «В каждый данный момент язык есть дело всех и каждого; будучи распространен в массе и служа ей, язык есть нечто такое, чем индивиды пользуются постоянно и ежечасно. В этом отношении его никак нельзя связывать с другими общественными установлениями. Предписания закона, обряды религии, морские сигналы и пр. привлекают одновременно лишь ограниченное количество лиц и на ограниченный срок. Напротив, в языке каждый принимает участие ежеминутно, почему язык и испытывает постоянное влияние всех» [Соссюр де Ф., 1963: 83]. Вообще, Ф. де Соссюр подчеркнул две основных черты знаков: 1) связь между формой и содержанием знака имеет условный, но неразрывный характер; 2) форма знака строится линейно, последовательно [Почепцов Г.Г. d, 1999: 16]. Что касается семиологии, то Ф. де Соссюр понимал под ней «науку, изучающую жизнь знаков внутри жизни общества... Она должна открыть нам, в чем заключаются знаки, какими законами они управляются» [Соссюр де Ф., 1963: 40]. Необходимо отметить, что взгляды Ф. де Соссюра приобрели популярность еще во времена Советского Союза, особенно в 60-70 гг. [Рашишвили Г.В., 1971: 126-154].

Ф. де Соссюр подразделял соотношения между знаками на парадигматические и синтагматические. Знаки, являющиеся парадигмальными, имеют общие черты, которые позволяют им войти в парадигму (например, алфавит), т.е. парадигма составляется благодаря наличию общих и особенных черт у ее знаков. Выбранные элементы парадигмы обычно соединяют между собой в синтагмы (например, слово) [Назаров М.М., 2003: 35].

В постсоссюровский период в социальных науках возник особый интерес не только к языку, но и к знаковым системам вообще. Изучением структуры знаковых систем занялась семиотика, основателем которой считается Р.Барт. Таким образом, семиотика по объекту изучения значительно шире, чем языковедение. Она изучает все знаковые

и символичные системы и все формы коммуникации. Р.Барт применил идеи Ф. де Соссюра ко всей полноте социальной жизни. По его мнению, социальное поведение представляет такие же репрезентации или знаки, как и язык: «Не только язык, но и соревнования по борьбе являются означающими практиками, как и телевизионные шоу, мода, приготовление пицци и все остальное в повседневной жизни» [Lash S., 1991: xi; по Ритцер Дж., 2002: 524].

Знаковым представляется произведение Р.Барта «Мифологии», написанное в 1956 г. По Р.Барту, «миф — это слово, высказывание... <Но> не любое высказывание; только в особых условиях речевое произведение может стать мифом... Миф — это коммуникативная система, сообщение. Следовательно, миф не может быть вещью, концептом или идеей; он представляет собой один из способов означивания; миф — это форма... Поскольку миф — это слово, то им может стать все, что достойно рассказа. Для определения мифа важен не сам предмет сообщения, а то, как о нем сообщается; можно установить формальные границы мифа, субстанциональных же границ он не имеет. Значит, мифом может стать все что угодно? Я полагаю, что дело обстоит именно так, ведь суггестивная сила мира беспредельна» [Барт Р., 1996: 72]. Одновременно Р.Барт подчеркивал, что мифы не вечные, они носят конкретно-исторический характер: «мифы могут быть очень древними, но вечных мифов не бывает, ибо человеческая история может превратить реальность в слово, только от нее одной зависит жизнь и смерть мифического языка» [Барт Р., 1996: 73]. Интересны также рассуждения о формах мифа: «Мифическое слово есть сообщение. Оно не обязательно должно быть устным: это может быть письмо или изображение; и письменная речь, а также фотография, кинематограф, репортаж, спортивные состязания, зрелища, реклама могут быть материальными носителями мифического сообщения. Сушность мифа не определяется ни тем, о чем он повествует, ни его материальным носителем, так как любой предмет может быть произвольно наделен значением: стрела, которую приносят в знак вызова, тоже есть сообщение». Кстати, Р.Барт считал, что изучением мифов должна заниматься более общая и широкая наука, чем лингвистика, а именно семиология. Французский исследователь пояснял систему отношений в мифе так: «в любого рода семиологической системе постулируется отношение между двумя элементами: означающим и означаемым. Это отношение связывает объекты разного порядка, и поэтому оно является отношением эквивалентности, а не равенства. Необходимо предостеречь, что вопреки обыденному словоупотреблению, когда мы просто говорим, что означающее *выражает* означаемое, во всякой семиологической системе имеются не два, а три различных элемента; ведь то, что я непосредственно воспринимаю, является не последовательностью двух элементов, а корреляцией, которая их объединяет. Следовательно, есть означающее, означаемое и есть знак, который представляет собой результат ассоциации первых двух элементов. Например, я беру букет роз и решаю, что он будет *означать* мои любовные чувства. Может быть, в этом случае мы имеем лишь означаемое, розы и мои любовные чувства? Нет, это не так; в действительности имеются только розы, «отягощенные чувством». Однако в плане анализа мы выделяем три элемента: «отягощенные чув-

ством» розы с полным основанием могут быть разложены на розы и любовные чувства; и розы и чувства существовали по отдельности до того, как объединиться и образовать третий объект; являющийся знаком. Если в жизни я действительно не в состоянии отделить розы от того, о чем они сообщают, то в плане анализа я не имею права смешивать розы как означающее и розы как знак; означающее само по себе лишено содержания, знак же содержателен, он несет смысл» [Барт Р., 1996: 76-77]. И далее: «В мифе мы обнаруживаем ту же трехэлементную систему, о которой я только что говорил: означающее, означаемое и знак. Но миф представляет собой особую систему и особенность эта заключается в том, что он создается на основе некоторой последовательности знаков, которая существует до него; *миф является вторичной семиологической системой*. Знак (то есть результат ассоциации концепта и акустического образа) первой системы становится всего лишь означающим во второй системе. Стоит напомнить еще раз, что материальные носители мифического сообщения (собственно язык, фотография, живопись, реклама, ритуалы, какие-либо предметы и т. д.), какими бы различными они ни были сами по себе, как только они становятся составной частью мифа, сводятся к функции означивания; все они представляют собой лишь исходный материал для построения мифа; их единство заключается в том, что все они наделяются статусом языковых средств. Идет ли речь о последовательности букв или о рисунке, для мифа они представляют собой знаковое единство, глобальный знак, конечный результат, или третий элемент первичной семиологической системы. Этот третий элемент становится первым, то есть частью той системы, которую миф надстраивает над первичной системой. Происходит как бы смещение формальной системы первичных значений на одну отметку шкалы... В мифе имеются две семиологические системы, одна из которых частично встроена в другую; во-первых, это языковая система, язык (или иные, подобные ему способы репрезентации); я буду называть его *языком-объектом*, поскольку он поступает в распоряжение мифа, который строит на его основе свою собственную систему; во-вторых, это сам миф; его можно называть *метаязыком*, потому что это второй язык, на котором говорят о первом. Когда семиолог анализирует метаязык, ему незачем интересоваться строением языка-объекта, учитывать особенности языковой системы; он берет языковой знак в его целостности и рассматривает его лишь с точки зрения той роли, которую он играет в построении мифа. Вот почему семиолог с полным правом одинаково подходит к письменному тексту и рисунку: ему важно в них то свойство, что оба они являются *знаками*, готовыми для построения мифа; и тот и другой наделены функцией означивания, и тот и другой представляют собой язык-объект» [Барт Р., 1996: 77-79]. Р.Барт приводит примеры мифов: фразу из школьного курса латыни (конечные слова басни «потому что я зовусь львом») и фотографию чернокожего солдата во французской военной форме, который салютует поднятому знамени. Первое отсылает к правилам грамматики, а второе — к имперским чувствам французов. Особенности значения в мифе, по Р.Барту, определяются двойственностью означающего: «миф — это сообщение, определяемое в большей мере своей интенцией (*я есмь пример на грамматическое правило*), чем своим буквальным смыслом (*я зовусь львом*),

и тем не менее буквальный смысл, так сказать, обездвиживает, стерилизует, представляет как вневременную, заслоняет эту интенцию. (*Причем здесь Французская империя? Ведь речь идет о конкретном факте: вот храбрый солдат-африканец берет под козырек точно так же, как это делают наши парни*). Эта фундаментальная неоднозначность мифического сообщения имеет двоякое следствие для его значения; оно одновременно является уведомлением и констатацией факта. Миф носит императивный, побудительный характер: отталкиваясь от конкретного понятия, возникая в совершенно определенных обстоятельствах (урок латыни, Французская империя в опасности), он обращается непосредственно ко мне, стремится добраться до меня, я испытываю на себе силу его интенции, она навязывает мне свою агрессивную двусмысленность» [Барт Р., 1996: 89-90]. Особое внимание Р.Барт уделил проблеме чтения и расшифровки мифов: «В зависимости от того, сосредотачивается ли наше внимание на смысле или форме или на том и другом сразу, мы будем иметь три различных типа прочтения мифа. 1. Если мы сосредоточимся на слове означаемом, то концепт однозначным образом заполнит форму мифа. В этом случае мы получим простую систему, в которой значение вновь станет буквальным: африканский солдат, отдающий честь, является *примером* французской империи, ее *символом*. Этот тип восприятия характерен для создателей мифов, например, для редактора журнала, который берет какой-нибудь концепт и подыскивает ему форму. 2. Если воспринимать означаемое мифа как уже заполненное содержанием и четко различать в нем смысл и форму, а следовательно, учитывать деформирующее влияние формы на смысл, то значение окажется разрушенным, и миф будет восприниматься как обман: африканский солдат, отдающий честь, превращается в *алиби* для концепта «французская империя». Этот тип восприятия характерен для мифолога; расшифровывая миф, он выявляет происходящую в нем деформацию смысла. 3. Наконец, если воспринимать означаемое мифа как неразрывное единство смысла и формы, то значение становится для нас двойственным; в этом случае мы испытываем воздействие механики мифа, его собственной динамики и становимся его читателями: образ африканского солдата уже не является ни примером, ни символом, еще менее его можно рассматривать как алиби; он является непосредственной *репрезентацией* французской империи. Два первых типа восприятия статичны и аналитичны; они разрушают миф, выставляя на показ его интенцию или разоблачая ее; первый подход циничен, второй служит целям демистификации. Третий тип восприятия динамичен, он представляет собой потребление мифа в соответствии с теми целями, ради которых он был создан; читатель переживает миф как историю одновременно правдивую и ирреальную» [Барт Р., 1996: 94-95]. Но Р. Барт признавал существование и немифической речи: «это речь человека-производителя. Везде, где человек говорит для того, чтобы преобразовать реальность, а не для того, чтобы законсервировать ее в виде того или иного образа, везде, где его речь связана с производством вещей, метаязык совпадает с языком-объектом, и возникновение мифа становится невозможным. Вот почему истинно революционный язык не может быть мифическим. Революцию можно определить как катарсический акт, высвобождающий политический заряд, накопившийся в

мире. Революция *созидает* мир, и ее язык, весь ее язык, функционально вовлечен в этот творческий акт. Миф и Революция исключают друг друга, потому что революционное слово *полностью*, то есть от начала и до конца, политично, в то время как мифическое слово в исходном пункте представляет собой политическое высказывание, а в конце — натурализованное. Подобно тому, как отречение буржуазии от собственного имени в равной мере определяет и буржуазную идеологию и миф, так и называние вещей своими именами означает наличие революционной идеологии и отсутствие всякого мифотворчества. Буржуазия скрывает тот факт, что она буржуазия, и тем самым порождает мифы; революция же открыто заявляет о себе как о революции и тем самым делает невозможным возникновение мифов. Меня спрашивают иногда, существуют ли «левые» мифы? Конечно, существуют, в тех случаях, когда левые силы теряют свою революционность. Левые мифы возникают именно в тот момент, когда революция перестает быть революцией и становится «левизной», то есть начинает маскировать себя, скрывать свое имя, вырабатывать невинный метаязык и представлять себя как «Природу» [Барт Р., 1996: 116]. Р.Барт весьма критично относился к буржуазному строю. Он считал, что буржуазия скрывает свою сущность и даже отказывается от своего имени (отсутствие капиталистических или буржуазных по названию партий) для обмана трудящихся. Он перечислил ряд приемов, которые используются для этого: прививки, лишения истории, тавтологии, нинизма, квантификации качества, констатации факта.

В своем эссе «Смерть автора» [Барт Р., 1989: 384-391] Р.Барт предложил схему деперсонификации автора в его тексте. В соответствии с этой схемой при ознакомлении с текстом читатель общается не с автором, а с языком, т.е. текст организуется в соответствии с культурным кодом своего времени и пространства [Зражевська Н.І. Масова комунікція, 2006: 95].

Что касается массовой коммуникации, то структурализм часто применялся как метод, т.е. структурный анализ при исследовании социальных явлений. Структуралисты разработали подход к социокультурным явлениям как к целостным структурам, внутреннее единство в которых поддерживается согласно правилам семиотики, т.е. социальные структуры представляются совокупностью коммуникативных систем. Принципы структурного анализа разработаны в рамках лингвистики, а языковая система как орган коммуникации является важнейшей знаковой системой. Например, Р.Барт рассматривал словесность («письмо») как отправную точку для литературы. Язык воспринимался как основная сфера социальности, показатель коллективного сознания, основной фактор становления общества. По Р.Барту язык как антагонист индивидуального в стиле конкретных авторов порождает возникновение знаковых систем с посредническими функциями. Ж.Лакан распространял понятие «язык» на все психические механизмы, что позволяет изучать их научными методами. А М.Фуко считал, что речь определяет «всю совокупность индивидуального сознания и поведения в каждую данную эпоху» [по Бориснёв С.В., 2003: 38-39].

При рассмотрении мифа как вторичной семиологической системы, Р.Барт выделял денотацию, т.е. такое состояние между означающим,



означаемым и знаком, когда означающее находится в состоянии системной обусловленности, релевантности с означаемым, без риторических или идеологических наслоений. Кроме того, Р.Барт использует понятие коннотации для характеристики того, как знак воспринимается в связи с чувствами, эмоциями, в общем контексте культуры. Р.Барт привел пример фотографии. Денотация тут проявляется в механическом воспроизведении объекта, а коннотация в мастерстве фотографа. Еще одним методом работы знака является миф, т.е. истории, через которые индивидуумы в конкретных культурах понимают реальность. Миф формируется на основе семиологической цепочки, и именно при помощи его мы погружаемся в сферу идеологии, т.е. мировоззрения [Назаров М.М., 2003: 36-37].

Но было бы ошибочно думать, что структурализм разрабатывали только лингвисты и литературоведы. Одной из центральных фигур в структурализме является видный французский антрополог К.Леви-Стросс. Его можно считать последователем Ф. де Соссюра, по крайней мере, в части метода исследования. К.Леви-Стросс применил структурный метод в целях антропологии, в частности с его помощью исследовал мифы в примитивных обществах. К.Леви-Стросс, исследуя структурным методом все системы коммуникации, создал концепцию многообразных социальных явлений (систем взаимозависимости, родства и т.д.), которые рассматриваются как системы коммуникации. Для иллюстрации этих положений К.Леви-Стросса Дж.Ритцер использовал такой пример: обмен супругами можно анализировать за теми же правилами, как и обмен словами, так как оба случая представляют собой социальный обмен, и, следовательно, эти явления можно исследовать структурным методом. В частности, К.Леви-Стросс анализировал сходство систем родства и лингвистических систем. Первое, описания отношений родства, по примеру фонем в языке, выступают базовыми единицами анализа. Второе, сами эти описания, как и фонемы, не обладают значением. Значение приобретаются, когда эти элементы становятся частью более крупной системы. Даже оппозиции значений К.Леви-Стросса были аналогичными тем, которые использовал Ф. де Соссюр (например, сырое-готовое). Третье, К.Леви-Стросс замечал отклонения, которые возникают и в исследованиях систем родства, и систем фонетических. Однако все эти отклонения также можно объяснить действием всеобщих законов. Все эти системы К.Леви-Стросс считал продуктами структур разума. Причем это продукты не сознательной, а бессознательной деятельности разума, который тоже подчиняется действию всеобщих, хотя и скрытых законов. Это положение было основным отличием К.Леви-Стросса от остальных последователей лингвистического поворота в науке, которые не считали базовую структуру разума самой фундаментальной структурой [Ритцер Дж., 2002: 524-525].

К.Леви-Стросс считал, что синтагматический анализ текста дает возможность определить его явное содержание, а парадигматический — латентное. Он исследовал, за счет чего передается смысл в повествовании. При анализе мифов в примитивных обществах французский исследователь выявил, что они имеют общие глубинные схемы или бинарные оппозиции. Последние имеют врожденный, бессознательный характер. Т.е. структуры мышления и социальной жизни не зависят от

индивидуального сознания и выбора. Именно миф осуществляет трансляцию смыслов от культуры к индивиду [Назаров М.М., 2003: 37].

Американский ученый Ч.Пирс ввел в рассмотрение знака новые объекты: по его мнению, знаковые отношения можно рассматривать как треугольник: «Знак», «Объект», «Интерпретант». При этом «Объект» — это совокупность знаков, которые отражают все его параметры, а «Интерпретант» — это человек, который воспринимает знаки. Ч.Пирс делил знаки на «Иконы» (внешняя похожесть с объектом), «Индексы» (общие характеристики с объектом — следы на песке как знак прошедшего человека) и «Символы» (внешняя связь отсутствует). Хотя Р.Якобсон подчеркивал условность такого разделения. Например, знак-икона или знак-индекс могут иметь символизацию [Почепцов Г.Г. d, 1999: 16-17]. Особенности знаков представлены в таблице:

	<b>Икона</b>	<b>Индекс</b>	<b>Символ</b>
Способ обозначения	Сходство	Причинные связи	Оговоренные условия
Примеры знака	Картины, статуи	Дым/огонь, симптомы/болезнь	Слова, числа, флаги
Способ распознавания	Можно видеть	Можно понять	Необходимо выучить

[Berger A.A., 1991: 5; по Назаров М.М., 2003: 35].

Когда мы говорим о структурализме, нельзя не упомянуть о структурном марксизме, классиками которого были Л.Альтюссер, Н.Пулянциас и М.Годелье. Они вели начало структурализма к марксовым положениям об отличии структуры и внешних отношений. Структурные марксисты, как и структуралисты вообще, считают изучение социальных структур предпосылкой изучения истории в целом. Кроме того, принимается то, что структуры носят, хотя и невидимый, но реальный характер [Ритцер Дж., 2002: 525-526]. Хотя, конечно, между структурализмом и структурным марксизмом есть и глубокие различия, главное из которых состоит в том, что предметом изучения структурных марксистов были социально-экономические, а не лингвистические структуры.

Л.Альтюссер предложил свою теорию письма, которую вернее можно назвать теорией интерпретации. Он противопоставляет поверхностному или экспрессивному чтению «симптоматическое чтение» (у этого метода есть определенное сходство с деконструкцией Ж.Дерида). В частности, Л.Альтюссер пытался своим научным методом сделать видимым отсутствующий текст в «Капитале» К.Маркса. При симптоматическом чтении видимый уровень слова связывается с невидимыми действующими силами и эффектами [Этика СМИ, 2003: 96-97].

Разрабатывал структурализм известный британский социолог Э.Гидденс. Он также был сторонником Г.МакЛюэна и считал, что форма медиа изменяет пространственно-временные отношения эпохи (в качестве примера, Э.Гидденс приводит исследование Г.Иннеса, показавшее, как использование для письма папируса расширило возможность административных систем Древнего Египта). Формы распространения современных масс-медиа — печатные тексты и электронные сигналы

— привели к росту процессов опосредования опыта. Рукописная книга передавала традиции, ее чтение было последовательным, из рук в руки. Современные медиа доставляются потребителям практически одновременно. По мнению Э.Гидденса, «печатное слово остается ядром современности и ее глобальных сетей», это «незаменимое средство административной и социальной координации». Э.Гидденс считал, что неправильно разделять развитие газет и электронных медиа, говорить о них, как разных фазах развития масс-медиа. Он утверждал, что электронные коммуникации с самого начала были условием развития массовой печати (роль телеграфа). Печатные медиа сыграли решающую роль в разделении времени и пространства. Но глобальным этот процесс сделала интеграция печатных и электронных медиа. Визуальные образы, принесенные электронными медиа, формируют новые структуры опосредованного опыта. Причем масс-медиа являются как проявление расчленяющей, глобализирующей системы современности, так и инструментами этих тенденций. При этом сходство между медиа играет гораздо большую роль, нежели различия. Это проявляется в важнейших характеристиках опосредованного опыта. Например, в эффекте коллажа. Изложение актуальных событий строится в современных медиа именно по этому принципу. При этом Э.Гидденс считал, что этот эффект не служит показателем исчезновения нарративов или отделения знака от референта. Дело в том, что медийный коллаж не является хаотическим беспорядком знаков. Существует своеобразная последовательность, типичная для преобразованной пространственно-временной среды [Гидденс А., 2003: 170-173].

В связи с лингвистическим направлением нужно упомянуть о творчестве известного советского ученого Ю.М.Лотмана. В своем произведении «Семиосфера» он детально рассматривает многие проблемы использования знаковых систем в жизни индивида и общества. Ю.М.Лотман отмечает, что «предмет семиотики — науки о коммуникативных системах и знаках, которыми в процессе общения пользуются люди (и не только люди, но и животные или машины), — прост. Что может быть проще и знакомее ситуации «я сказал — ты понял»? А между тем именно эта ситуация дает обильные основания для научных размышлений» [Лотман Ю.М., 2000: 6, и далее]. Действительно, абсолютно правильно отмечает известный ученый, коллизии непонимания заканчиваются трагически. Причем, об этом свидетельствует не только драмы внутри человечества, но и взаимоотношения с природой, например, животным миром, который человек активно уничтожает.

Вообще, без обмена информацией существование человека невозможно. Он не может ни познать мира, ни организовать в общество. Это, по мнению Ю.М.Лотмана, подчеркивает актуальность семиотики как новой науки, изучающая коммуникативные системы. Хотя, в принципе, еще в XVII в. английский философ Дж.Локк определил сущность этой науки и дал ей само название. Он считал, что это «учение о знаках», задача которого «рассмотреть природу знаков, которыми ум пользуется для понимания вещей или для передачи своего знания другим».

Особо отмечал Ю.М.Лотман одно из величайших открытий в истории человечества — изобретение знаков. «Знаки заменяют сущности, явления и вещи и позволяют людям обмениваться информацией. Наи-

более знакомый и употребимый вид знаков — слова. Однако мы широко пользуемся и другими видами знаков-заменителей. Так, деньги, как показал К. Маркс, являются знаком стоимости общественно необходимого труда, затраченного на производство вещи». Причем «знаки обладают способностью энергетически неравноценного воздействия. На этом же основана сила слова. Действие, которое оно производит, не может быть сопоставлено с затратой энергии на его произнесение».

Отдельно Ю.М.Лотман рассмотрел взаимоотношения семиотической системы к внесистеме, т.е. реальному миру. На его взгляд, «с семиотической точки зрения оно (отношение) приобретает вид антиномии языка и запредельного для языка мира. Пространство, лежащее вне языка, попадает в область языка и превращается в «содержание» только как составной элемент дихотомии содержания-выражения. Говорить о невыраженном содержании — нонсенс. Таким образом, речь идет не об отношении содержания и выражения, а о противопоставлении области языка с его содержанием и выражением вне языка лежащему миру». Отдельно рассматривалось положение о плане содержания, который, по Ф. де Соссюру, представляет собой конвенциональную реальность. «Язык создает свой мир. Возникает вопрос о степени адекватности мира, создаваемого языком, миру, существующему вне связи с языком, лежащему за его пределами». Таким образом, становится актуальной проблема перевода мира содержания системы (ее внутренней реальности) на внешне лежащую, запредельную для языка реальность. При этом возникает две проблемы: 1) для отражения внешней реальности необходимо как минимум два языка; 2) пространство внешней реальности охватывается только совокупностью языков. Т.е. исходной точкой в семиозисе является не единичная модель, а семиотическое пространство.

Ю.М.Лотман критически рассматривал систему, разработанную Ф. де Соссюром, по которой предпочтение оказывается исследованиям языка, а не речи, структуры кода, а не текста. По Ф. де Соссюру, все, что релевантно в речи, дано в языке. Т.е. элементы, присутствующие в тексте, но не имеющие соответствия в коде, носителями смысла не являются. Но, как отмечал Ю.М.Лотман, за этой научной позицией стоит «целый комплекс прямо не выраженных, почти бытовых представлений о функции языка». Ведь бытового получателя информации занимает содержание сообщения.

Ю.М.Лотман писал, что первым этапом движения текста является его актуализация — текст, который находился в потенциальном состоянии, обретает реальность в сознании адресанта. «Здесь на рубеже между коллективной памятью культуры и индивидуальным сознанием происходит первая семиотическая трансформация текста... На границе вхождения текста в семиотическое пространство передающей личности он как бы получает дополнительное смысловое измерение. Но дальнейшее погружение его в это пространство связано с дальнейшими трансформациями. Структура кодов, образующая семиотическую личность автора текста и его первого интерпретатора, заведомо не идентична. Определенное соответствие необходимо для первичного элементарного понимания текста (как минимум понимания, на каком языке он написан), но разнообразие традиций, контекстов, совпадений — несовпадений на различных уровнях иерархии кодирующей структуры создает не

однозначный перевод с «твоего» языка на «мой», а спектр интерпретаций, всегда открытый для возможных новых истолкований».

Отдельно останавливался Ю.М.Лотман на понятии «символ» как одном из самых многозначных в системе семиотических наук. Оно может рассматриваться как простой синоним знака, а может и противопоставляться им. Согласно иной классификации символ определяется как знак, значением которого является некоторый знак другого ряда или другого языка. Однако есть противостоящая традиция истолкования символа как некоторого знакового выражения высшей и абсолютной незнаковой сущности. «В первом случае символическое значение приобретает подчеркнuto рациональный характер и истолковывается как средство адекватного перевода плана выражения в план содержания. Во втором — содержание иррационального мерцает сквозь выражение, и символ играет роль как бы моста из рационального мира в мир мистический... Наиболее привычное представление о символе связано с идеей некоторого содержания, которое, в свою очередь, служит планом выражения для другого, как правило, культурно более ценного, содержания. При этом символ следует отличать от реминисценции или цитаты, поскольку в них «внешний» план содержания — выражения не самостоятелен, а является своего рода знаком — индексом, указывающим на некоторый более обширный текст, к которому он находится в метонимическом отношении. Символ же и в плане выражения, и в плане содержания всегда представляет собой некоторый текст, то есть обладает некоторым единым замкнутым в себе значением и отчетливо выраженной границей, позволяющей ясно выделить его из окружающего семиотического контекста». Но при этом Ю.М.Лотман подчеркивал двойственность природы символа. С одной стороны, он реализуется в своей инвариантной сущности и повторяется. С другой стороны, символ коррелирует с культурным контекстом. Причем он трансформируется под его влиянием и сам его трансформирует.

На основании того, что концентрация и хранение средств поддержания жизни, т.е. информации, напрямую зависит от знаков и знаковых систем, Ю.М.Лотман определяет культуру человечества как знаковую и языковую. Она является вторичной системой над естественным языком, причем воспроизводит структурную схему языка.

Интересной представляется работа советского ученого В.Я.Проппа «Морфология сказки», в которой он провел межсюжетное сравнение более 100 русских народных сказок. Он сделал вывод об однотипности строения всех волшебных сказок. Устойчивыми элементами оказались функции действующих лиц. Причем число сюжетных функций в сказке ограничено, а их последовательность одинакова. Всего В.Я.Пропп выделил 32 функции действующих лиц [Назаров М.М., 2003: 38, 40].

Г.Г.Почепцов понимал знаки как объединение в одной единице элементов содержания и формы. Человечество использует их для того, чтобы передать информационно насыщенное сообщение через информационно ненасыщенную форму. Именно форма передается при помощи физических процессов (например, четыре буквы «стол» передают информацию о конкретном объекте) [Почепцов Г.Г. d, 1999: 15].

Отрицательной стороной структурализма можно считать сведение мира к жестко структурированным знаковым системам.

С середины 60-х гг. XX ст. распространение получило новое течение мысли под названием постструктурализм. Одним из классиков нового направления был Ж.Деррида. Взгляды Ж.Деррида значительно отличались от сторонников лингвистического поворота. В частности, он не считал, что на людей предопределяющее влияние оказывает структура языка. Собственно язык он свел к «письму», которое фактически не ограничивает субъекта. И все социальные структуры Ж.Деррида также считал подобными письму, в том числе в части отсутствия сдерживающего влияния на индивидов. Более того, структуралисты считали язык стабильным и упорядоченным. Ж.Деррида напротив подчеркивал нестабильность и неупорядоченность языка. Как одно из доказательств он приводил то, что разные контексты приводят к кардинальному различию значений слов. Таким образом, письмо не имеет власти над людьми и, более того, не имеет глубинных научных законов. Ж.Деррида предложил деконструктивистский подход, разрушив те представления которые были до него и предложив во многом противоположные. Очень резко возражал Ж.Деррида против поиска универсальной мыслительной системы, которая определяла бы, что истинно и справедливо, а что нет, т.е. против логоцентризма. Французский философ считал, что логоцентризм подавляет развитие письма и приводит к замкнутости науки. Ж.Деррида как раз и видел свою задачу в демонтаже или деконструкции источников такой замкнутости. Т.е. он занимался разложением логоцентризма с целью нахождения скрытых различий. Оригинальным показателем метода Ж.Деррида служит его деконструкция театра. Мы не будем останавливаться на ней детально, отметим только такую важную и показательную деталь, что Ж.Деррида стремился освободить театр от диктатуры автора. Более того, он желал распространения этой тенденции и на общество, т.е. освободить общество от интеллектуального давления авторитетов, которые создают господствующий дискурс, и создание свободного дискурса всех индивидов, т.е. признание права каждого на генерацию идей. На примере театра Ж.Деррида обосновывал и свою идею децентрации, т.е. освобождения актеров от «центра» — влияния автора, предоставление возможности свободной игры. Центр связывается исследователем с окончательным ответом, т.е. смертью. Его господство означает отсутствие игры и различия, т.е. статистический театр или общество, где нет игры и различия, можно считать мертвыми. Если театр (и общество) освободить от власти центра, они станут саморефлексивны, свободны и открыты. Стоит отметить и активную позицию Ж.Деррида в отношении будущего. Он считал, что его нельзя найти в прошлом и пассивно ожидать, т.к. человек сам творит будущее своими поступками. Критика исследователей творчества Ж.Деррида связана с тем, что он не предлагает своей целостной теории, взамен отвергнутой, а оставляет только «письмо и действие, в котором есть игра и развлечение» [Ритцер Дж., 2002: 526-528]. Многие ученые считают, что Ж.Деррида и другие постструктуралисты заложили основу постмодернизма.

Метод Ж.Деррида привел к появлению нового научного течения — деконструктивизма, хотя сам ученый и не был в восторге от этого термина. Основанием тут служат взгляды М.Хайдеггера на деструкцию, т.е. разрушение. Ж.Деррида переработал взгляды М.Хайдеггера

и несколько снизил разрушительный потенциал, оставив разложение явления с целью нахождения скрытых противоречий (сам Ж.Деррида не давал определения своему методу, отмечая только, что деконструкция не является ни анализом, ни критикой, ни действием, ни актом, ни операцией. Скорее он говорил о деконструкции как о непрерывном и бесконечном процессе без четкого конца и итога). Сам Ж.Деррида не считал идею деконструкции центральной в своем творчестве, он вообще стремился, прежде всего, к разработке науки о письме — грамматологии. Некоторые исследователи считают, что деконструкцию можно свести к операции чтения-письма, т.е. критическое прочтение каких-то взглядов и их переписывание с новой позиции. Ж.Деррида осуществил деконструкцию основ западной социальной мысли, критикуя ее за догматизм и метафизичность. Интересной является идея Ж.Деррида о первичности знака над вещью, которую обозначает этот знак. В процессе письменности, таким образом, знак устный заменяется знаком графическим. Ж.Деррида считал, что в каждом тексте скрыто два текста. Первый узнать очень легко: там господствует идея присутствия, соблюдается безусловный пиетет по отношению к разуму. Но там кроются и следы принципиально иного текста, причем совместить их невозможно. Только их «смещенная похожесть» может трансформировать «мудрость» первого в «комедию» второго. Их наличие в общем тексте обуславливает трансгрессию текста открытого (первый тип) в скрытый (второй). Только акцентуация двузначностей слов текста позволяет выявить второй текст, который является симулякрom первого [Деррида Ж., 2004]. Идеи Ж.Деррида и иных классиков деконструктивизма используются в условиях информационного общества для борьбы авторскими правами, за свободную интерпретацию и реинтерпретацию текстов.

Основные три произведения Ж.Деррида («Письмо и различие», «Голос и феномен», «Грамматология») появились в 1967 г. Именно в них французский автор обосновал положение о деконструкции, которое против желания автора стало центральным для исследователей его творчества. При деконструкции исследователя не интересует вопрос о причинах мысли, важно только ее, мысли, происхождение. При этом любая сфера исследований воспринимается как часть бесконечного текста. Деконструкция не имеет конечной цели, ее цель только раскрытие смещения понятий. Сам Ж.Деррида был против того, чтобы деконструкцию называть методом, ибо он считал, что метод заключает в себе тотализированный редукционизм. Много внимания было уделено исследованию роли знака. Его решающей характеристикой была признана повторяемость. А эта характеристика предполагает письменность, так как последняя демонстрирует устойчивость и длительность знака, что труднее зафиксировать при фонетическом звучании. В противоположность принципу принципов Гуссерля о том, что созерцание является правовым источником познания, Ж.Деррида выдвинул принцип отсутствия принципа, согласно которому знак опережает референта. Первичность знака над обозначающим явлением — отличительная черта философии Ж.Деррида. Таким образом, не существует ничего первоначального, а есть только дополнение, которое его замещает. Мы можем познавать настоящее только по его ссылке на отсутствующее [Этика СМИ, 2003: 92-94].

Деконструктивизм Ж.Деррида нашел много сторонников в США. В частности, его идеи подхватил один из теоретиков постмодернизма Р.Рорти. В своем труде «Случайность, ирония и солидарность» Р.Рорти провозглашает идеал справедливого и честного общества, которое позволяет своим гражданам быть частными, иррациональными и эстетичными в меру их желаний. Себя Р.Рорти относил к либеральным иронистам, называя так тех, кто понимает, что общество образуется вследствие случайного стечения обстоятельств. Личность же должна формировать себя эстетически при помощи словарей и метафор. Иронист не занимается исследованиями, а доверяет воображению, он не принимает метанарративы, а стремится к обновлению, чтобы избежать копий. Правда существует только в конкретных словарях, которые приняли определенные люди при определенных обстоятельствах. Причем, создать универсальный словарь невозможно. Таким образом, правда является обстоятельством языка; она не находится, а создается [Сапунов В. И., 2005: 6-17].

На позициях постмодернизма стоит и другой американский ученый Д.Лукач. Он считает наше время концом эры Разума с ее верой в прогресс. При этом масс-медиа обвиняются в стереотипизации вкусов и суждений, навязывании стандартов, манипуляции, снижении общего интеллектуального уровня [Зражевська Н.І. Масова комунікація..., 2006: 99].

Важнейшим представителем постструктурализма являлся М.Фуко. Во второй половине 60-х гг. XX ст. он выдвинул фундаментальные понятия: «археология знания» и «генеалогия власти». Под археологией знания подразумевался поиск правил, определяющих совокупность того, что может быть высказано в дискурсе определенными людьми в определенное время. Т.е. М.Фуко пытался найти общую систему создания и преобразования утверждений. По М.Фуко знание и власть неразрывно связаны между собой. Генеалогия власти представляет собой попытку соединения исторических сущностей в некие траектории. При этом происходит анализ исторических дискурсов, событий и практик. Происходит поиск взаимосвязей между знанием и властью, в том числе и в руководстве людьми и формировании личности. М.Фуко искал условия, отвечающие за «выражение истины» в конкретный момент времени. При этом археология проводит эмпирический анализ исторических дискурсов, а генеалогия занимается последовательным критическим анализом дискурсов, их взаимосвязью с современными проблемами. Предполагалось, что генеалогия должна стать «историей настоящего». Таким образом, при общем отрицании детерминизма, т.е. отрицании того, что настоящее обязательно следует из событий прошлого, М.Фуко критически использовал историю для прояснения настоящего. М.Фуко исследовал, как люди через знания управляют собой и другими, как знание порождает власть, как власть при помощи знания управляет людьми. Интересны исследования М.Фуко взаимоотношений между разумом и безумием, медицинского дискурса, проблем дисциплины в тюрьмах и других общественных институтах, истории сексуальности [Ритцер Дж., 2002: 528-537].

Стоит обратить внимание и на теории деконструкционализма или постструктурализма. В методологическом плане они представляют со-



бой соединение модернизированных структуралистских позиций с техницизмом Г.М.МакЛюэна. В плане практическом постструктуралисты выступают против авторских прав, за освобождение от диктата авторства, чтобы в условиях мозаичной культуры каждый мог стать автором и исправлять как угодно произведение других авторов. При этом тексты носят нестабильный характер, и этим достигается новая демократия цифровой эпохи. В отличие от структуралистов сторонники деконструкционализма стоят на позициях алогизма, спонтанности и непредсказуемости реинтерпретаций. Они выступают за демистификацию, т.е. право на реинтерпретацию любых текстов в поисках плюрализма значений и для противостояния мистификационно-знаковой кодификации реальности и сознания. Демистификация позволяет разложить тексты на лингво-дискурсивном уровне и обнаружить плюрализм значений знаков за кажущимся однозначием. Этот метод Р.Барт называл семиокластией, объединяя семиотику и дробление текстов. Аналогичные идеи высказывали сторонники неоавангардистских концепций шоковой терапии и эстетики молчания. Их позиция заключалась в «атаке на язык» с целью разрушения «культуры отцов». Особо стоит отметить «лингвистический нигилизм», который заключался в борьбе со знаковым закреплением устоев общества в языках различных коммуникационных структур, в частности, масс-медиа [Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика..., 1999: 21, 42-44].

Интересным в плане исследования современных теоретиков письма является работа В.Флуссера «Письмо — имеет письмо будущее?» (1987 г.). Это небольшая по объему, но выдающаяся работа. По мнению В.Флуссера эра письма как линейного процесса кодирования закончилась. Это означает и конец исторически и идеологически ориентированной культуры мышления. По В.Флуссеру история культуры делится на три эпохи: доисторический — изобразительные коды, исторический — буквенные, новый — цифровые. В.Флуссер считал, что письмо разорвало изображения в конкретные понятия, оно ввело буквенно-цифровой код. В письме всегда был конфликт между линейным мышлением во времени и вневременным математическим. Это противоречие так и не было преодолено. В историческую эпоху письмо перекодирует двумерный поверхностный код изображений в одномерный строчечный код. Представления преобразуются в понятия, а сцены — в процессы. Интересным является также то, что человечество готово отказаться от письма, по В.Флуссеру, не из-за его недостатков, а из-за того, что историческое мышление (неразрывно связанное с письмом) оказалось безумным и убийственным. В.Флуссер считал, что пресса больше не отвечает современным информационным требованиям. Газета является последним оплотом историко-идеологического сознания (на телевидении политика опустилась до уровня имиджей) и, таким образом, является реакционной (так как историко-идеологическое сознание отжило свой век). Политическое сознание возможно только в буквенном коде, в видеозвуковом оно теряет свою линейность, направленность из прошлого в будущее [Этика СМИ, 2003: 99-103].

Значительный вклад в разработку лингвистического направления внесли русские и советские ученые. П.А.Флоренский писал, что коммуникация держится на словах-образах, а М.М.Бахтин опасался девальва-

ции слова-образа в произведении. Ю.П.Буданцев считал, что движение личности от незнания к знанию совпадает с движением от стереотипных представлений о мире к более полному реалистическому образу бесконечной действительности. Т.е. идет открытие потенциальных смыслов при помощи коммуникации во времени и пространстве. Вообще, в традициях русской философии понимание коммуникации как процесса приращения знаний, а не усреднения и профанизации его. Актуальной также является проблема выработки критериев отношения к событиям и фактам в акте коммуникации. В.М.Березин считал, что это отношение проявляется в вербальных (слово, словесный образ, словесная метафора, интонация) и визуальных (композиция кадра, план, ракурс, монтаж) знаках коммуникации [Березин В.М., 2003: 26].

Выделяется также понятие языковой личности, которая имеет три уровня: вербально-семантический, лингво-когнитивный и мотивационный. Вводится также понятие коммуникативной личности, которая шире, чем языковая. Она характеризуется мотивационными (коммуникативные потребности), когнитивными (познавательный опыт индивида) и функциональными (коммуникативная компетентность) параметрами [Шарков Ф.И., 2003: 98-100].

Герменевтические подходы относительно массового читателя разрабатывал украинский ученый М.Д.Феллер. Он основывался на идее А.Моля о «веерном сообщении», которое проявляется при массовокоммуникативном общении, в отличие от межличностного. М.Д.Феллер в процессе понимания выделял: субъекта деятельности — читателя; предмет деятельности — информация в сообщении и ассоциативная информация в сознании читателя; цель; средство речевой деятельности — структура и форма сообщения, речевая компетентность и тезаурус читателя. Кроме того, выделяется отбор информации читателем. При получении массовокоммуникативного продукта понимание движется в направлении, противоположном авторскому вещанию, т.е. от содержания к тезисам и идеям; вглубь, а невширь [Феллер М.Д., 1998: 236-238; по Владимирова В.М., 2003: 191-19].

Украинский ученый Б.В.Потятнык детально рассматривал субъект-объектные отношения человека и текста. При этом он боролся против антропоцентрического перекося (по бытовой логике сама постановка вопроса о взаимоотношениях творца и продукта, при которых продукт играет активную роль, представляется достаточно проблематичной). Украинский исследователь рассмотрел отношения «человек-текст» со стороны текста. В этом случае человек является: а) объектом влияния текста, б) источником продуцирования нового текста (причем можно рассмотреть стимулирующее влияние предыдущих текстов); в) условием существования текста как такого (тут можно сравнить текст с вирусом — он также эксплуатирует биологические ресурсы для существования и размножения) [Потятнык Б.В., 2004: 188-190].

Таким образом, структурализм, начав с лингвистического направления, перерос в целую серию социальных теорий, где используются его методы, но не принимаются взгляды на роль языка в жизни общества.

## Коммуникационные взгляды теоретиков постмодернизма

Идеи постмодерна были разработаны целой когортой мыслителей. Но наиболее радикальным из них был французский социолог и философ Ж.Бодрийяр. Одним из его предшественников и вдохновителей была французский ситуационист Г.Дебор. В своих книгах «Общество спектакля» (1967 г.) и «Комментарий к обществу спектакля» (1990) он заявил, что современное общество представляет собой общество спектакля, где истину и реальность заменили шоу-политика и шоу-правосудие. Кроме того, Г.Дебор разработал понятие шоу-власти, которую делил на три вида — концентрированную, диффузную и интегрированную. Концентрированная сосредоточена вокруг диктатора, т.е. личности, образ которой выстроен по диктаторскому типу. Диффузная предоставляет членам общества возможность пользоваться благами общества потребления и ведет к американизации мира. Третья представляет собой интегрированный спектакль, когда реальность превращается в сознании людей в символику «без какого-либо признака содержательного аспекта, в шоу-мир вездесущей рекламы товаров потребления и театральной рекламности политики» [по Ситников А.П., Гундарин М.В., 2003: 116-117]. Такая власть опирается на масс-медиа и порождается ними.

В философии основателем постмодернизма выступает Ж.-Ф.Лиотар. В 1979 г. он подготовил научное исследование о положении науки в обществе высоких технологий, которое назвал «Постмодернистское знание». Причем модерном считалось Новое время, время Просвещения, с его идеями разума и эмансипации. Эти идеи Ж.-Ф.Лиотар назвал «большими рассказами», которые исчезают в эпоху постмодерна. Существуют различные языковые игры. При этом нет метаязыка, который мог бы создать коммуникацию или хотя бы консенсус между различными играми. Если метаязык появляется (например, рационалистический или универсальный дискурс), то это ведет к подавлению и колонизации иных типов дискурса (например, мифического). Ж.-Ф.Лиотар разработал метод паралогии, с помощью которого показал, что на переходе между играми возникает момент ошибки и непереносимости. Универсализировать мышление невозможно, и Ж.-Ф.Лиотар выдвигает теорию конфликта, согласно которой в современном обществе не существует связывающей силы «больших рассказов», и оно вынуждено создавать справедливые соглашения и давать пространство для развития различным языковым играм. В целом, развитие информационного общества ведет к замене государственных монополий знания (музеи, университеты, библиотеки) сетевыми системами. Тут возникает проблема контроля над знаниями, уходящая в руки корпораций [Этика СМИ, 2003: 159-161].

Ж.Бодрийяр считал, что современный мир кардинально отличается от предыдущих стадий развития человечества. Если основу общества в XIX ст. составляли труд и производство, то в XX ст. приоритет получило потребление. Это связано с тем, что вещи приобрели иные функции, нежели ранее. Теперь на первый план выходит не полезность вещи, а их «знаковая стоимость». Французский философ отме-

чал также изменения в сознании потребителя. Он уже не может уверенно ориентироваться в мире вещей. Потребитель накапливает вещи, удовлетворяя не свои естественные потребности, а приобретая с помощью «знаковой стоимости» социальный престиж, комфорт, чувство самоуважения и самоудовлетворения. Все это дает возможность легко манипулировать сознанием индивидуума. Во взглядах Ж.Бодрийяра прослеживается сильное влияние структурализма. Сущность общества потребления Ж.Бодрийяр определял как «процесс поглощения знаков и поглощения знаками». То есть любой товар производится как знак. Если во времена К.Маркса явление товарного фетишизма связывалось с меновой стоимостью (источник отчуждения человека), противопоставленной потребительской стоимости (источник будущего освобождения человека), то фетишизм общества потребления не дает надежд на преодоление этого отчуждения. Ж.Бодрийяр считал, что для современного общества характерна утрата референции, что происходит конец производства в старом смысле. Все это происходит вследствие давления «знаковой стоимости» по новому «структурному закону стоимости», который охватывает не только материальное производство, но и искусство. При этом большое значение приобретают симулякры, т.е. подобию явлений и предметов. Симулякры заменяют реальное, они создают гиперреальное. По Ж.Бодрийяру, современное общество — это не общество коммуникации. Наоборот, это общество некоммуникации, т.к. господство масс-медиа приводит к потере межличностной коммуникации. Монолог телевидения заменяет межличностный диалог, происходит симуляция коммуникации. Ж.Бодрийяр считал, что существующая система будет разрушена через доведения ее противоречий до крайней степени. Это произойдет через поведение пассивной массы, которая на превращение реального в гиперреальное отвечает гиперпотреблением и гиперконформизмом. Человек не может противиться превращению реальной стоимости в знаковую, не сможет противиться засилью знаков вообще. Но он может вступить в игру со знаками и получать наслаждение [Бодрийяр, 2004].

В своей работе «Симулякры и симуляция» (1981 г.) Ж.Бодрийяр приводит пример одной из первых попыток «реального телевидения». Один из американских каналов семь месяцев следил за образцовой американской семьей Лаудов. Причем, во время съемок семья распалась, она как бы была принесена в жертву «медиуму, который играет роль современного фатума», при этом «объектив, как лазер, вырезает пережитую реальность, чтобы отдать его на смерть» [Бодрийяр Ж., 2004: 45]. Ж.Бодрийяр считал, что телевидение не только само стало истинным, но и делает иные вещи истинными. Но истинными не в смысле точного зеркального отражения, «манипуляционную истину текста, который зондирует и ставит вопросы, лазера, который нащупывает и вырезает, матриц, которые сохраняют ваши перфорированные потребности, генетического кода, который руководит вашими соединениями, клеток, которые поставляют информацию вашему чувственному миру» [Бодрийяр Ж., 2004: 46]. При этом телевидение не является источником абсолютного взгляда, а идеальная прозрачность перестает быть идеалом контроля. Происходит парадоксальная ситуация: не человек смотрит телевидение, а телевидение смотрит человека. По Ж.Бодрийяру, сегодня

уже нельзя говорить об обществе зрелища с его отчуждением. Медиум становится неуловимым, он смешивается с сообщением (по Г.М.МакЛюэну). Медиума как такового уже не существует. Он рассеялся в реальности. Происходит циклический дискурс: коммуникатор и аудитория постоянно меняются местами. Ж.Бодрийяр предлагал относиться к масс-медиа так, якобы они пребывают на внешней орбите и являются «разновидностью генетического кода, который руководит мутацией реального в гиперреальное, точно также, как другой код, молекулярный, руководит переходом от сферы смысла (репрезентативной) к сфере программируемого знака (генетической)» [Бодрийяр Ж., 2004: 51-52]. Ж.Бодрийяр подчеркивал еще один парадокс: в мире увеличивается количество информации и одновременно уменьшается смысл. Он упоминал о трех гипотезах того, почему происходит это явление. Первая, информация продуцирует смысл, но ей не удается компенсировать внезапную утерю значения во всех сферах. При этом деятельность масс-медиа по повторной инъекции смыслов и значений не имеет успеха, т.к. потери значения происходят более интенсивными темпами. Вторая, информация не имеет ничего общего со смыслом, значением. Т.е. она, по К.Шеннону, играет роль технического медиума, инструмента, который не влияет на смыслы. Третья, информация и смысл пребывают в тесной взаимосвязи. Именно информация уничтожает значения. Т.е. потеря смысла прямо связана с деструктивным действием информации, масс-медиа. Сам Ж.Бодрийяр явно тяготел к последней гипотезе. Он считал, что «информация поживает свои собственные значения. Она пожирает коммуникацию и социальное» [Бодрийяр Ж., 2004: 119]. Французский философ выдвигал две причины этого явления. Первая, вместо стимуляции коммуникации происходит инсценировка коммуникации. И именно на это тратятся основные усилия. Также и вместо продуцирования смысла, происходит его инсценировка. Т.е. гигантский процесс симуляции. Или процесс гиперреального (гиперреальность коммуникации и смысла). «Реальнее за реальное — именно так уничтожают реальное» [Бодрийяр Ж., 2004: 119]. Вторая причина состоит в том, что надмерная инсценировка коммуникации приводит к деструктуризации социального. Информация растворяет смысл и социальное в некоем подобии туманности, предназначенной для тотальной энтропии. Причем, по Ж.Бодрийяру, если информация отражает какое-то событие, то она уже является искривленной формой этого события. Таким образом, «масс-медиа несут в себе смысл и искривление смысла, они манипулируют во всех отношениях одновременно, никто не в состоянии контролировать этот процесс, они переносят симуляцию, внутреннюю относительно системы, и симуляцию, разрушающую систему, по логике абсолютно Мёбиусовой и циркулярной» [Бодрийяр Ж., 2004: 125].

Интересно проанализировать работу Ж.Бодрийяра «Реквием по масс-медиа» (1972 г.), посвященную критическому разбору различных, в основном марксистских, теоретических положений. Начинается она словами: «Теории масс-медиа не существует». Кроме критики левых теорий масс-медиа, Ж.Бодрийяр высказывал и собственные взгляды на сущность массовой коммуникации. Он считал, что «характерной чертой масс-медиа является то, что они предстают в качестве антипроводника, что они нетранзитивны, что они антикоммуникативны, — если мы

примем определение коммуникации как обмена, как пространства взаимосвязи слова и *ответа*, а следовательно, и *ответственности*, — что они вовсе не обладают психологической и моральной ответственностью, но выступают в качестве личностной корреляции одной и другой стороны в процессе обмена... Таким образом, вся современная архитектура масс-медиа основывается на этом нашем последнем определении: *они являются собой то, что навсегда запрещает ответ, что делает невозможным процесс обмена* (разве только в формах симуляции ответа, которые сами оказываются интегрированными в процесс передачи информации, что, однако, ничего не меняет в однонаправленности коммуникации). Именно в этом — их подлинная абстракция. И именно на этой абстракции основывается система социального контроля и власти» [Бодрийяр Ж., 1999]. Интересна мысль о том, что бесполезен полицейский контроль власти над телевидением (наподобие описанного Дж.Оруэллом в «1984»). Телевидение, по мнению Ж.Бодрийяра, само осуществляет социальный контроль над собой. Оно представляет собой *«уверенность в том, что люди больше не разговаривают между собой, что они окончательно изолированы — перед лицом слова, лишённого ответа»* [Бодрийяр Ж., 1999]. Суть же развития масс-медиа не в распространении содержания информации, а навязывании моделей. И именно это представляет серьезную опасность. Ж.Бодрийяр проанализировал несколько теоретических моделей коммуникации. Это модель Г.М.МакЛюэна о том, то масс-медиа производят революцию вне зависимости от содержания, которое они переносят. Модель власти, которая заключается в том, что медиа есть инструмент власти. Их нужно вырвать из ее рук, либо самим захватив власть, либо демонстративно раздувая их разрушительное содержание. Много места было уделено критике марксистской модели Энзенбергера, согласно которой масс-медиа подразумевают определенный тип общественной связи. Благодаря своей структуре и развитию они потенциально могут демократизироваться и включиться в социалистическое производство. Надо только высвободить этот потенциал. Разбирает Ж.Бодрийяр и модель Якобсона: «передающая инстанция — сообщение — принимающая инстанция» или «кодирующая инстанция — сообщение — декодирующая инстанция». Тут сообщение структурировано кодом и определено контекстом.

Ж.Бодрийяр выделял три мира симулякров. В первом имитируется природа и человек, т.е. как бы происходит симуляция реальности, конфликт с нею. Во втором происходит идентичная репродукция. Реалии как бы растворяются. В третьем мире происходит моделирование реальности. Имитация и серийность теряют свою роль. На первый план выходят модели и коды, которые комбинируются случайно. Все является частью моделирования. При этом система представляется самореферентной, закрытой и саморепродуцирующей. Человек этого третьего мира симулякров стремится не к самосовершенствованию, а только к саморепродукции. Тезис отчуждения индивида устареваает, т.к. отчужден он не от других, а от своих клонов, т.е. вообще не отчужден. Тело предстает как совокупность наростов и протезов, прежде всего мозга. Да и само тело становится наростом человека. Индивид, с одной стороны, связан со своим телом, с другой, с медийным окружающим миром. Но он не живет ни там, ни там. Видеостадия заменяет стадию

отображения. Видео имеет функцию «быть экраном экстатической рефракции — рефракции, которая больше не имеет ничего общего с изображением, сценой или силой представления, которая ни малейшим образом не служит тому, чтобы играть или представляться, а которая всегда будет служить только... тому, чтобы быть соединенной с самой собой. Без этого соединения, без этого быстрого, одновременного подсоединения к сети, которое возникает само по себе посредством подключения мозга, объекта, события или дискурса, без этого вечного видео, больше ничто сегодня ни имеет смысла» [Baudrillard J., 1989: 199; по Этика СМИ, 2003: 156-158].

Интересными представляются также теоретические обоснования П.Вирилио. Этот ученый предложил ввести новую дисциплину — дромологию (учение о скорости). Он предлагает исследовать историю человечества с точки зрения ускорения перемещений. Венцом скорости является нынешняя ситуация, когда человек остается на одном месте, виртуально перемещаясь на огромные пространства. Т.е. медийные технологии предстают продолжением транспортных средств. При этом П.Вирилио подчеркивает, что увеличение скорости всегда происходило вследствие военной необходимости, т.е. отмечает насильственный характер скорости. Она ведет к прогрессирующему отчуждению человека, в т.ч. от своего тела. Выделяется три стадии развития скорости: преодоление пространства с помощью транспортных средств; стирание времени при помощи информационных средств; исчезновение тела, которое становится телесным протезом [Этика СМИ, 2003: 153-155]. Во всех этих тезисах чувствуется сильное влияние Г.М.МакЛюэна и Ж.Бодрийяра.

Дж.Фиск провел анализ модернистских теорий телевидения. Это, прежде всего, теории представления и миметические. Теории представления базировались на том, что телевидение не отражает, а конструирует или кодирует реальность. Причем эта кодировка придает реальности идеологический смысл. Таким образом, телевидение воспроизводит господствующий строй, капиталистический. Миметический подход исходит из того, что образ является или должен быть отражением референта. При этом образ становится более важным, чем референт. Дж.Фиск критикует теории представления за мистифицирование либо умолчание о собственной идеологической практике, а миметическую теорию за положение, что фотографическое изображение отклоняется или заменяет абсолютную истину. Ученый подчеркивает, что мир постмодерна кардинально отличается от мира модерна. В частности, насыщенностью образами. За один час телесмотра человек может пережить такое количество образов, которое житель неиндустриального мира не познавал за всю жизнь. Этот фактор переходит из количественной сферы в категориальную. Образы стали наряду с другими формами опыта. В эпоху постмодерна происходит потеря идеологии и реальности. Ключевым следствием является фрагментация опыта и образов. Вся культура становится фрагментарной [Фиск Дж., 2003: 174-178].

Но вернемся к взглядам Ж.Бодрийяра как наиболее яркого представителя постмодерной мысли. Переход с позиций марксизма к его критике характеризовался у Ж.Бодрийяра выдвиганием идеи символического обмена. Этот обмен пришел на смену экономическому обмену индустриальной эпохи. Символический обмен характеризуется

непрерывностью цикла, тем, что получатель и отправитель символов постоянно меняются местами и зависят друг от друга. На смену господству производства пришло господство средств порождения знаков, прежде всего, масс-медиа. И господство теперь достигается именно при помощи знаков и средств их порождения. Ж.Бодрийяр особо отмечал, что знаки перестали представлять реальность, они создают гиперреальность, которая заменяет реальность. Симуляция оказывается привлекательней и правдивей, чем правда. И теперь потребитель оказывается не в состоянии отличить реальность от ее подобия (например, реалити-шоу на телевидении). Хотя массы знают, что им говорят неправду, они потребляют информацию, поддаваясь соблазну особой знаковой системы телевидения. Индивиды оказываются в плену иллюзорной действительности, созданной масс-медиа — гиперреальности. Массы при этом становятся все более и более пассивными. Они поглощают значения и смыслы, делая бесполезными попытки манипуляции. Но, тем не менее, медиа способны контролировать аудиторию и собственное содержание. Они соблазняют массы знаками, образующими гиперреальность. При этом медийная информация оказывается лишенной значений. Те просто вытесняются из содержания масс-медиа. Масс-медиа приводят к разрушению социальных связей и межличностной коммуникации.

## Масс-медиа в теоретических воззрениях П.Бурдьё

Довольно много внимания в своих теоретических разработках уделил масс-медиа известный и модный ныне социолог П.Бурдьё. Перед тем, как проанализировать взгляды французского ученого на процесс массовой коммуникации, остановимся на разработке понятия, которое принесло П.Бурдьё известность не только в социологии, но и в культурологии. П.Бурдьё реанимировал дефиницию «габитус». Существует мнение, что он заимствовал это понятие у схоластов, которые так переводили аристотелевский термин «*hexsis*». У Аристотеля так называлась сумма телесных навыков: походка, жестикуляция, манеры, способ бегать и т.д. [Зражевська Н.І. в, 2006: 140-141].

При помощи понятия «габитус» П.Бурдьё объединил все факторы стилей жизни. То есть габитус можно понимать как «совокупность усвоенных культурных установок и форм деятельности, которая обеспечивает различие людей по вкусам и стилям жизни» [Лалл Дж., 2002: 140]. При этом габитус не является очередным теоретическим понятием, оторванным от чувственной сферы. Наоборот, габитус — это собственно наш стиль жизни. При формировании габитуса играют свою роль не только социально-экономические условия, но и многие другие факторы, в частности, масс-медиа. П.Бурдьё провел аналогию между формированием габитуса и приобретением игровых навыков в таких видах спорта, как футбол и волейбол. Т.е. тут тоже большое значение имеет «чувство игры». Человек выбирает модель поведения особо не раздумывая, полагаясь на уже имеющийся социальный опыт. Так габитус становится «совокупностью приобретенных навыков» и «организующим принципом действия». Габитус обладает самопродуцирующими свойствами. На



основе исследования габитуса П.Бурдьё сделал выводы, что: субъекты социального действия являются целенаправленными, активными, и они склонны слепо повторять культурные образцы; модели поведения предстают структурированными, но не обязательно четкими и однозначными; частью логики габитуса является расплывчатость, которая отражает спонтанность и импровизацию человеческих отношений с окружающим миром [Bourdieu P., 1990: 78; по Лалл Дж., 2002: 141-142].

Интересны размышления П.Бурдьё по поводу того, как можно изучать общественное мнение. Он считал, что опросы всегда основываются на идее об общественном консенсусе на легитимность определенных вопросов, но они не учитывают расхождений в мотивации респондентов, которые положительно отвечают на конкретный вопрос. Кроме того, при опросах смешиваются реальные жизненные проблемы с определенными научными допущениями об этих проблемах. Часто не обращается должного внимания на позицию тех, кто отказался отвечать на вопросы. Поэтому П.Бурдьё считал, что общественное мнение не представляется адекватно в результате опросов. С одной стороны существуют артикулированные взгляды, сформированные определенными интересами. Но с другой, есть и общественные передиспозиции, которые еще не представляют собственно общественное мнение [Бурдьё П., 1993: 78; по Ярош О.: 19].

П.Бурдьё также исследовал природу телевидения. Необходимо отметить, что П.Бурдьё сам активно использовал возможности этого медиума. В частности, его работа «О телевидении» представляет собой расшифровку (естественно, отредактированную автором) двух телепередач (или телелекций) на канале «Пари Премьер» в 1996 г. П.Бурдьё определял телевидение так: «Это мир, создающий впечатление, что социальные агенты, обладающие всеми видимыми признаками значимости, свободы, независимости, иногда даже невероятной ауры (достаточно обратиться к газетам о телевидении), на деле являются марионетками необходимости, которую нужно описать, структуры, которую необходимо выявить и выставить на всеобщее обозрение» [Бурдьё П., 2002: 7]. Таким образом, французский ученый обозначил поле для анализа. Тут необходимо отметить, что под агентами поля П.Бурдьё понимал действующие в определенной области лица и институты. Само понятие «поле» является одним из важнейших в воззрениях П.Бурдьё: им он обозначал относительно замкнутые сферы практики, в том числе и журналистику. Поле представляет собой исторически сложившееся пространство игры, с оригинальными законами функционирования и специфическими интересами и целями. Также поле — это сеть или конфигурация связей между позициями, определенными положением агента или института в структуре распределения различных видов власти и взаимоотношениями с другими позициями [Бурдьё П., 2002: 10]. Кроме того, «поле есть место сил, внутри которого агенты занимают позиции, статистически определяющие их взгляды на это поле, и их практики, направленные либо на сохранение, либо на изменение структуры силовых отношений, производящей это поле» [Бурдьё П., 2002: 108-109]. Агенты способны влиять на поля, несмотря на принуждение со стороны сил, вписанных в них, т.е. имеют некоторый запас свободы.

Французский ученый считал, что от телевидения исходит большая опасность для различных культурных сфер: искусства, литературы, науки, философии, права. Более того, П.Бурдьё считал, что не меньшей опасности подвергается политическая жизнь и демократия. Однако вряд ли эти выводы были результатом глубокого системного анализа. Скорее всего, французский социолог просто повторил уже ставшие трюизмом общие положения. Сам П.Бурдьё предлагал привести в качестве доказательства верности своих взглядов анализ освещения «некоторых подстрекателей к ксенофобии и расизму» [Бурдьё П., 2002: 21]. Однако, несмотря на отсутствие строгих доказательств, П.Бурдьё произвел очень интересные наблюдения. В частности, именно с деятельностью масс-медиа П.Бурдьё связывал вспышки ксенофобии и национализма в Турции, Греции, бывшей Югославии, Франции и некоторых других странах. Он считал, что эти вспышки приобрели новый характер, связанный с возможностями эксплуатации низменных страстей, которые предоставляют современные масс-медиа.

Одной из причин негативного влияния телевидения, по мнению французского ученого, является отсутствие связанной речи, а также образная, а не вербальная система доказательств: «Связанная речь, постепенно покинувшая телевизионные студии (говорят, что в Соединенных Штатах, по правилам, выступления во время политических дебатов не должны превышать семи секунд), на самом деле остается одной из самых действенных форм сопротивления манипулированию и утверждения свободы мышления. Прекрасно отдаю себе отчет в том, что сугубо словесная критика, которой я вынужден ограничиться за неимением лучшего, есть всего лишь субститут, гораздо менее эффективный и занимательный, чем настоящая критика образа через образ» [Бурдьё П., 2002: 23]. Это приводит автора к выводу: «Невозможно сказать ничего серьезного по телевизору» [Бурдьё П., 2002: 24]. Тут можно частично согласиться с известным французским ученым. Действительно, телевидение меньше приспособлено к передаче материалов аналитических жанров (по-видимому, именно их подразумевает П.Бурдьё под эпитетом «серьезное»), нежели периодическая пресса. Это заложено в самой природе аудиовизуального медиа. Аналитические жанры выдвигают ряд требований к каналу коммуникации, которые телевидение явно не удовлетворяет. Во-первых, представитель аудитории должен иметь возможность сам задать темп ознакомления с таким материалом, т.к. у различных людей различается скорость усвоения и осмысливания аналитических материалов. Во-вторых, коммуникант должен иметь возможность вернуться к непонятому или недостаточно понятому месту и ознакомиться с ним еще раз. Все эти возможности предоставляется периодическая пресса, Интернет-медиа, но не телевидение и радио.

П.Бурдьё считал, что вредными для передачи мысли являются такие требования телевидения, как ограничение времени, навязывание темы для выступления, замечания по техническим вопросам, проблеме понятности для зрителя, от имени морали и благопристойности. Он считал, что большинство тех, кто соглашается принимать участие в телевизионных передачах, делают это не для того, чтобы передать какие-то свои мысли, а чтобы показать себя и быть замеченным другими. Такие приглашения невозможны без компромиссов и самокомпро-

метации со стороны приглашенных. Одной из форм такой самокомпromетации П.Бурдые называет издание произведений, основная цель которых, по словам Ж.Делеза, приглашение на телевидение. Таким образом, телевизионный экран характеризуется как зеркало Нарцисса, место нарциссического эксгибиционизма. Вместе с тем, П.Бурдые считал ошибочным категорический отказ выступать по телевидению, т.к. это инструмент, теоретически позволяющий достигнуть каждого. В этих условиях ученые, как «чиновники человечества» (по словам Гуссерля) обязаны пытаться донести до всех свои открытия.

П.Бурдые считал, что доступ на телевидение связан с сильной цензурой, которая распространяется как на приглашенных, так и на журналистов. Под этим он подразумевал потерю независимости из-за того, что сюжет разговора, условия коммуникации, временные рамки определяются другими. И это делает маловероятными попытки что-либо сказать. П.Бурдые считал, что такая цензура носит политический характер (он проявляется, прежде всего, через назначения на руководящие посты). Меткое замечание, эта проблема, по-видимому, характерна для всех стран. Кроме того, на телевидении существует экономическая цензура. Именно экономический фактор определяет все на телевидении. Для того, чтобы понять функционирование телекомпании, мы, по мнению П.Бурдые, должны, как минимум, знать, кто ее собственник, каковы основные рекламодатели, какую финансовую помощь оказывает государство. Именно с помощью «невидимых механизмов» цензуры телевидение превращается в «настоящий инструмент поддержания символического порядка» [Бурдые П., 2002: 28]. При этом французский социолог снимает часть ответственности с самих журналистов, считая, что они «манипулируемы в той же степени, что и манипулируют» [Бурдые П., 2002: 29]. П.Бурдые попытался найти механизмы, которые превращают телевидение в особую выраженную форму символической агрессии. Особенность этой агрессии в том, что она осуществляется по молчаливому согласию тех, кто ее испытывает, и тех, кто ее оказывает. Ученый отметил такую особенность символического действия телевидения, как привлечение внимания к событиям, потенциально для всех интересным. Особенно это проявляется в новостях. Такие события никого не шокируют, за ними никто не стоит, они не разделяют людей, а вызывают всеобщий консенсус. Такую хронику происшествий П.Бурдые называет «пустотой», считая что она оставляет за кадром важную информацию, нужную людям для осуществления их демократических прав. Это разделяет в отношении информации тех, кто читает серьезные газеты, кто имеет доступ к международным изданиям и радиостанциям, и тех, кто пользуется только информацией, поставленной телевидением (по выражению П.Бурдые, это означает «практическое отсутствие»). Тут П.Бурдые, явно преувеличивая, отмечает, что получение политической информации по телевидению «сводится к информации, получаемой от непосредственного присутствия на экране мужчин и женщин, находящихся в центре общественного внимания: их манера держаться, выражение лиц и т.п.» [Бурдые П., 2002: 31].

П.Бурдые считал, что телевидение не исполняет свою основную функцию: информирование людей. Оно скрывает, показывая. Это делается либо через демонстрацию не того, что надо показывать, либо через

нивелирование того, что надо показывать, либо таким показом, когда явления приобретают смысл, не соответствующий действительности. В основе выбора телевизионщиков лежит поиск сенсационного и зрелищного. Драматизация на телевидении проявляется через придание чрезмерной трагичности тем фактам, которые попадают в эфир. П.Бурдье безжалостно критикует телеведущих, которые, по его мнению, излишне драматизируют события и употребляют неверные слова для их интерпретации: «У меня часто возникает желание заменить буквально каждое слово телеведущих, которые часто говорят, не задумываясь, не имея ни малейшего представления о сложности и серьезности того, о чем они упоминают всуе и об ответственности, которую накладывает такое упоминание перед лицом тысяч телезрителей при отсутствии понимания того, что они говорят, и при отсутствии отсутствия понимания. Потому что такие слова создают реальность, вызывают к жизни фантазмы, страхи, фобии или просто ложные представления» [Бурдье П., 2002: 33]. Конечно, с одной стороны, явно пренебрежительное отношение к журналистам, их умственным способностям и чувству ответственности, вызывает отторжение. С другой, ответственность за слово всегда было основой качественной журналистики. Недобросовестность, пренебрежение к тому, «как слово наше отзовется» представляет характерную черту конъюнктурщиков не только в журналистике, но и в других сферах социального действия, в частности, в социологии.

Интересны замечания П.Бурдье, касающиеся поиска сенсации. По его мнению, журналисты ищут экстраординарное там, где другие видят только банальное, и этому экстраординарному они отдают место в ущерб освещению ординарного. Причем вследствие того, что все ищут сенсации, то в результате это приводит «к единообразию и банализации», вместо «оригинального и единственного» в других областях.

П.Бурдье подчеркивал силу телевидения, считая, что телевизионное изображение является сильным оружием. «Телевидение показывает и заставляет поверить в то, что оно показывает». Это может породить эффект мобилизации или демобилизации. Телевидение способно создавать реальность, оно из «инструмента отображения реальности, превращается в инструмент создания реальности». Это очень интересное и глубокое наблюдение. Телевидение, как и медиа вообще, играет все большую роль в нашей жизни. Теперь никого уже не удивляют медиа-события, то, что политики стараются приурочить свои действия к более выигрышному с точки зрения освещения масс-медиа времени, что различные группы действия (от лоббистских до террористических) ориентируются именно на медиа. Если раньше для достижения политических целей устраивали демонстрации и митинги, то сейчас демонстрации устраивают для того, чтобы их показали по телевидению.

Также П. Бурдье отметил особенности проявления конкуренции в медийной среде. Он утверждал, что когда конкуренция происходит между журналистами и изданиями, работающими в одной среде с одинаковыми условиями, то она становится фактором единообразия. В качестве доказательства он приводил примерно одинаковую повестку дня в конкурирующих медиа. П.Бурдье считает, что острая журналистская конкуренция производит «эффект замкнутости и ментальной ограниченности». При этом французский социолог забывает о том, что

журналисты только отражают окружающий мир. И если в этом мире происходят события, интересующие аудиторию, то весь их набор, естественно, попадет в масс-медиа. Свободная конкуренция, как и в иных областях, стимулирует качество работы и гарантирует, что не будет общественно значимых событий, которые будут умалчиваться вследствие политических или экономических интересов владельца. Преувеличивается и явление однообразия. Каждый медиа подает новости в своей манере и в соответствии со своими установками. Где-то больше внимания обращается на политику, где-то на новости из обычной жизни (лайф). Именно благодаря разнообразию люди выбирают свои излюбленные источники информации и голосуют за них или своими деньгами, или временем просмотра.

Преувеличивается, на наш взгляд, П.Бурдьё и эффект закрытости журналистов, а вследствие этого цензуры (по-видимому, самоцензуры). По мнению выдающегося французского социолога, этот эффект порождается тем, что журналисты — люди приблизительно одной формации, с одинаковым образованием, происхождением, условиями работы, постоянно общающиеся, в основном, друг с другом и стремящиеся обыграть друг друга на медийном поле, которые к тому же получают информацию из одних и тех же источников. Пытается П.Бурдьё интуитивно нащупать роль гейткиперов в масс-медиа [Бурдьё П., 2002: 41].

В работах выдающегося французского социолога, посвященных деятельности масс-медиа, встречаются некоторые конкретные утверждения, с которыми трудно согласиться. Например, объявлен скучным для газеты жанр аналитического репортажа [Бурдьё П., 2002: 40].

Поднимает П.Бурдьё и актуальную сегодня проблему «рейтингового менталитета», то, что рынок признается «легитимной инстанцией легитимации». В наше время опасность того, что коммерческая логика управляет созданием творческих произведений, очень высока. При этом, как справедливо подчеркивает П.Бурдьё, под угрозой оказываются условия создания произведений, которые могут показаться эзотерическими, но которые позже найдут своего читателя. С погоней за рейтингом связывает П.Бурдьё стремление к оперативности. Острые условия конкуренции между различными медиа принимают форму временной конкуренции в погоне за сенсацией. П.Бурдьё «выявил негативную связь между спешкой и мыслительным процессом» и поэтому делает вывод о том, что «телевидение не самая благоприятная среда для выражения мыслей». Французский ученый вводит термин «fast-thinker» для обозначения тех мыслителей, которые пользуются спросом на телевидении. «Fast-thinker'ы» мыслят «готовыми идеями», т.е. банальными, общими, уже усвоенными. Это снимает проблему восприятия, декодировки сообщения. Но коммуникация при этом «является только видимостью..., единственным содержанием которой является сам факт общения».

П.Бурдьё считал, что способность телевидения достигать самую широкую публику ставит печатную журналистику и весь культурный мир в «совершенно ужасное положение». Он считал, что телевидение навязывает другим культурным проявлениям банализацию информации и это может иметь глубокие политические и культурные последствия. Те, кто имеют доступ на телевидение, имеют возможность навязывать свои принципы видения мира всему обществу. При этом

плюрализм, возможность культурной конкуренции нивелируется совокупностью общих представлений и верований, характерных для любого социального поля. Именно эти предпосылки определяют пригодность и «проходимость» материала для телевидения. П.Бурдые называет такой отбор цензурой, осуществляемой журналистами. При этом последние не понимают, что отбирают только то, что интересно им, оставляя «за бортом» символические продукты, заслуживающие внимание всех. При этом, выдвигая крайне серьезное обвинение, П.Бурдые, к сожалению, не пытается вывести критерии такой продукции и не предлагает альтернативных механизмов отбора.

Другим негативным явлением, возникшим с развитием телевидения, стал переход от культурного воздействия к «спонтанной» демагогии, которая постепенно завоевывает все культурное пространство. П.Бурдые видел проявление такой демагогии в газетных рубриках «письма читателей», «свободная трибуна», «свободное мнение». При этом поднимается серьезная проблема отказа телевидения от культурной миссии, т.е. отказ от продвижения серьезных культурных ценностей в пользу потакания вкусам широкой публики, в частности, стремление к вуайеризму и эксгибиционизму. Впрочем П.Бурдые отвергает оба подхода, считая, что они противоречат «истинно демократическому использованию масс-медиа».

Встречаются у П.Бурдые и горькие высказывания, которые свидетельствуют о расхождении между целями и повседневной практикой масс-медиа. Так, например, он определял журналистику: «Журналистика, одна из профессий, где встречается наибольшее количество беспокойных, неудовлетворенных, восстающих против несправедливости или цинично смирившихся людей; где очень часто наблюдается (в особенности, со стороны доминируемых, естественно) проявления гнева, отвращения и безнадёжности, вызванные истинным лицом профессии, которую они продолжают считать и хотя бы видеть «отличной от других» [Бурдые П., 2002: 55].

Для перехода от описания к поиску объясняющих механизмов П.Бурдые вводит понятие «поле журнализма». Он считает, что журналистский мир — это микрокосм, существование которого подчиненно собственным правилам, определено позицией по отношению к окружающему миру, отношениями притяжения и отталкивания с другими микрокосмами. Причем то, что происходит в журналистике, не может быть выведено только из внешних факторов, в частности, экономических. Особую роль при этом играет «совокупность объективных силовых отношений, составляющих структуру поля». Это, например, доля рынка, уровень доверия, известность ведущих журналистов и т.д. Поле, как структурированное социальное пространство, П.Бурдые определяет как диалектическое единство поля сил с присутствием господствующих и подчиненных, связанных отношениями неравенства, и поля борьбы за изменение или сохранение данного поля сил.

П.Бурдые считал, что мир журналистики — это поле, которое через посредство рейтингового механизма находится под властью поля экономического. Но оно, в свою очередь, оказывает сильное давление на все другие поля. Это влияние носит структурный, объективный, анонимный и незаметный характер. Причем это давление производит

схожие эффекты на других культурных полях. Прежде всего, это эффект коммерциализации.

Цель своего анализа поля журналистики П.Бурдье видел в осознании журналистами возможных пороков профессии и создания предупреждающих механизмов. В их качестве французский социолог предлагал межгазетные союзы, которые бы могли нейтрализовать некоторые эффекты конкуренции. Т.е. это должна быть договоренность между журналистами для нейтрализации конкуренции. Как пример, он приводил возможность отказа от приглашения в эфир политических деятелей, известных ксенофобскими высказываниями. Хотя сам П.Бурдье считал свои надежды утопичными. П.Бурдье не видел позитивных эффектов конкуренции в журналистике. Между тем, отсутствие конкуренции приводит к единообразию и единомыслию, что пагубно сказывается прежде всего на качестве журналистского продукта.

Еще одним обвинением журналистики со стороны знаменитого социолога является антиинтеллектуализм, который якобы является постоянной структурной величиной мира журналистов. Это, по его мнению, является причиной разговоров об ошибках интеллектуалов и многие дискуссии в медиапространстве. Обвинение тяжкое, но трудно сказать что-то определенное, т.к. в данном случае доказательная база крайне размыта.

Серьезные размышления П.Бурдье касаются освещения медиа резонансных событий. В качестве примера, он приводит освещение французской прессой убийства маленькой девочки на юге Франции. Возмущенные отец и брат жертвы собрали небольшую демонстрацию, которая была освещена местными газетами, и, вследствие этого, событие вызвало большой резонанс, привлекло внимание политиков и, в конечном итоге, привело к восстановлению пожизненного заключения. Таким образом, масс-медиа, по мнению П.Бурдье выступили в качестве мобилизующего инструмента информации, способствовали установлению извращенной формы прямой демократии, заставили забыть о дистанции, которая обычно поддерживается логикой политического поля. При этом П.Бурдье забывает о том, что основная функция журналистов именно в информировании и информировании о том, что имеет общественный интерес. Убийство маленькой девочки и реакция ее родных и близких без сомнения такой интерес имеют. Журналисты не имели профессионального права замалчивать такие события и не несут ответственности за политические либо иные решения, которые возникли в результате общественной дискуссии, даже если они и инициировали такую дискуссию. В конечном счете, именно такие дискуссии служат, по Г.Гегелю, механизмом формирования общественного мнения. Как справедливо отметил американский журналист Дж.Дикин: «Если бы плохие новости не сообщались, то исчезли бы их последствия?» [по Українська журналістика, 1997: 85]. Люди имеют право знать обо всем, что происходит вокруг и что способно привлечь их внимание, и ни журналисты, ни социологи, ни кто-либо иной не могут ограничивать это право даже из самых благих побуждений.

П.Бурдье считал, что качественная пресса вполне может быть прибыльной: «Мне хотелось бы доказать, что поиск немедленной максимальной прибыли вовсе не обязателен, когда речь идет о книгах,

фильмах или картинах... Отождествлять стремление к максимальной прибыльности с поиском максимально широкой аудитории — значит рисковать потерять уже имеющуюся публику, относительно узкую аудиторию тех, кто много читает, часто ходит в музеи, театры и кино, которых не могут заменить новые, случайные читатели и зрители [Бурдье П., 2002: 14].

П.Бурдье призывал бороться против коммерциализации масс-медиа: «Мы можем и должны бороться против рейтинга во имя демократии» [Бурдье П., 2002: 87]. При этом он аргументировано опровергает мнение о рейтинге как о наиболее демократическом инструменте. Знаменитый французский социолог верно указывает: «Телевидение, управляемое рейтингом, способствует оказанию рыночного давления на считающегося свободным и просвещенным потребителя. Это не имеет ничего общего с демократическим выражением рационального и просвещенного общественного мнения и общественного разума, как в этом уверяют некоторые циничные демагоги» [Бурдье П., 2002: 88].

Исследовал П.Бурдье и механизмы поля журналистики, которые, подчиняясь требованиям рынка, оказывают власть на журналистов, а через них на другие культурные поля: юридическое, литературное, артистическое, научное. Кроме того, давление оказывается на поля как социальных, так и естественных наук, а также на поле политики. Форма и эффективность этого влияния определяется структурой поля, т.е. степенью независимости по отношению к внешним источникам давления (тут имеется в виду рынок читателей и рекламодателей). Степень независимости масс-медиа П.Бурдье определял долей доходов, получаемых им от рекламы и государственных субсидий, а также степенью концентрации рекламодателей. Степень же независимости конкретного журналиста зависит от степени концентрации медиа (от этого зависит возможность найти новую работу); положения газеты, где он работает (тип издания — качественная, массовая); собственно положение этого журналиста в газете (его известность, зарплата); от способности журналиста создавать независимую информацию. Внутренние коллизии поля журналистики объясняются и историей его образования. По мнению П.Бурдье, это поле образовалось в XIX ст. вследствие оппозиции между прессой новостей и прессой мнений.

Поле журналистики, подобно полю театра или литературы имеет слабую автономию. Оно структурировано на основе такой оппозиции: на одном полюсе наиболее независимые от государственной, политической либо экономической власти медиа, на другом — наиболее зависимые от этих видов власти, наиболее коммерческие. П.Бурдье доказал гипотезу, что поле журналистики, которое становится все более подчиненным политическим и экономическим требованиям, все больше навязывает свои требования остальным полям, особенно полям культурного производства, полю социальных наук, философии и политики. За негативные явления, по мнению П.Бурдье, ответственность несут не отдельные журналисты, а само поле. Поле журналистики теряет свою автономию прежде всего из-за экономического давления (зависимость от рекламодателей и, следовательно, от рейтингов). Хотя П.Бурдье признавал, что эта зависимость не имеет абсолютного характера. Однако наиболее сильным агентом поля журналистики, который оказывает на



него все большее воздействие, является коммерческое телевидение. Его влияние приводит к тому, что по всему полю распространяется менталитет измерения аудитории, т.е. происходит полная коммерциализация. Следствием этой коммерциализации является унификация, цензура и даже консерватизм.

Для понимания происходящего в поле журналистики, П.Бурдьё предлагал такую процедуру: определение автономии поля, затем внутри поля, уровня автономии медиа, на которое работает журналист. Показателями тут является структура доходов конкретного медиа.

Вообще, «подсчет аудитории» является у П.Бурдьё своеобразным символом коммерциализации медиа. Именно ссылаясь на ожидания зрителей и стремясь за большими рейтингами телеканалы следуют политике демагогического упрощения, что полностью нивелирует демократические функции медиа информировать и воспитывать, развлекая. При этом происходит замена дебатов стычками, диалектики полемикой, конфронтации между аргументами конфронтацией между личностями.

Общеизвестно негативное представление П.Бурдьё о журналистике. В частности, он считал безосновательным мнение о том, что журналисты — это противовес власти, критический инструмент, без которого невозможна демократия. Он считал, что в телевизионных новостях реализуется видение мира вне истории, раздробленное и дробящее: чередование внешне абсурдных историй, которые в итоге невозможно отличить друг от друга, непрерывное шествие бедствующих народов из-за событий, которые появляются на экране без объяснений их причин, и исчезают, не получив решения. Таким образом, мир предстает «как абсурдное чередование катастроф, которые невозможно ни понять, ни предотвратить».

Критика П.Бурдьё журналистов и журналистики часто представляется преувеличенной. Однако, без сомнения, выдающийся французский социолог произвел глубокий и конкретный анализ поля журналистики. К его мнению необходимо прислушиваться, чтобы понять закономерности этого поля и пути выхода из той критической ситуации, в которой оказалась журналистика сегодня (имеется в виду кризис не экономический, а кризис доверия и ценностей).

## Культурологические теории массовой коммуникации

Рассмотрение культурологических теорий массовой коммуникации мы начнем с символического интеракционизма, теоретики которого активно разрабатывали в том числе и теории массовой коммуникации. Принято считать, что источниками символического интеракционизма были прагматизм и психологический бихевиоризм. Именно оттуда классик символического интеракционизма Дж.Г.Мид взял идеи о том, что реальность не просто существует, она активно создается действиями людей; знания людей основаны на том, что им полезно; люди воспринимают объекты внешнего мира в зависимости от пользы, которую они приносят; взаимоотношения между стимулом и реакцией и т.д. В своей основной работе «Разум, самость и общество» («Mind, Self and

Society» [Mead G.H., 1934]) Дж.Мид опирался, прежде всего, на анализ социального опыта. При этом действие рассматривается как «примитивная единица» его теории, а внимание сосредоточено на стимуле и реакции. Дж.Мид выделял четыре основных этапа действия. Первый — это импульс, «чувственный стимул». Но реакция не следует сразу за стимулом. Человек обдумывает дальнейшие действия, руководствуясь знаниями, прошлым опытом и т.д. Второй — восприятие, в ходе которого человек определяет доступные способы удовлетворения импульса. Тут идет мыслительный отбор с помощью образов, которые вызвал импульс. Третий — манипуляция, когда актер манипулирует объектом, который может удовлетворить импульс, производит над ним какие-то действия. Четвертый — потребление, т.е. совершение действия, удовлетворяющего импульс. В отличие от простого действия, социальное включает деятельность нескольких индивидуумов. При этом, по мнению Дж.Мида, основным механизмом социального действия является жест, т.е. такие движения одного человека, которые вызывают социально обусловленные реакции второго. Жесты становятся значимыми символами, когда вызывают у производящей их особы реакции того же типа, что и у принимающей. Значение символы, значение которых одинаково для обоих индивидов, Дж.Мид назвал языком. Т.о. коммуникация возможна только при наличии значащих символов. Благодаря им также возможны разум и мыслительные процессы («разговор индивида с самим собой при помощи жестов»). Т.е. для Дж.Мида мышление фактически было синонимом коммуникации. Собственно символическая интеракция и означает взаимодействие людей при помощи значащих символов. В символическом интеракционизме различаются два типа знаков: естественные и искусственные (введенные человеком). Кроме того, различаются также сигналы и символы. Первые — это искусственные знаки, которые обеспечивают предсказуемую реакцию человека. Вторые — также искусственные знаки, но реакция на них четко не определена. Сами символические интеракционисты выделяли такие принципы своей теории: 1) Люди наделены способностью мыслить; 2) Способность мыслить формируется социальным взаимодействием; 3) В социальном взаимодействии люди усваивают значения и символы; 4) Значения и символы позволяют осуществлять характерные для человека действия и взаимодействия; 5) Люди способны модифицировать значения и символы, используемые в действиях и взаимодействиях, на основе личностной интерпретации ситуации; 6) Эти модификации осуществляются благодаря способности людей взаимодействовать с собой (самость, т.е. способность представлять себя как субъектом, так и объектом), 7) Смешанные примеры действия и взаимодействия образуют группы и общества [Ритцер Дж., 2002: 238-249, 259; Бакулев Г.П., 2005: 88-89].

Особый интерес в рамках символического интеракционизма представляют взгляды И.Гофмана. Он рассмотрел конфликт, происходящий из-за различия между нашими действиями, которые ожидают люди и которые желаем мы. Т.е. человек сталкивается с требованиями без колебаний выполнять те или иные действия в соответствии требованиями нашей социальной аудитории. Вследствие своего интереса к театру И.Гофман интерпретировал свои исследования в духе драматургии. Он понимал социальное «Я» не как собственность актера, а как продукт

театрализованного его взаимодействия с публикой, а самость — как театральный эффект, который порождает разыгрываемая сцена. При этом самость может и разрушиться во время представления. Вводил И.Гофман и другие театральные термины. Например, передний план, т.е. та часть представления, которая действует устойчиво и обобщенно, определяя ситуацию для публики. В рамках этой авансцены выделяется обстановка и личный передний план. Обстановка — это физическая сцена, на которой выступает актер. Личный передний план — это те элементы оформления, которые, по мнению публики, сопутствуют персонажу (например, журналист должен быть с диктофоном). Этот план подразделяется на внешний вид и манеры. Большое значение И.Гофман придавал изучению степени поглощенности личности данной ролью. Из-за обилия ролей мало кто из актеров поглощен ролью полностью, т.е. возникает ролевая дистанция, степень отделения человека от ролей, которые он играет. Причем ролевая дистанция напрямую зависит от социального статуса. И.Гофман предложил также концепцию фреймов. Так он называл комплекс специфических ожиданий в конкретный момент времени. Фреймы структурируют деятельность людей [Ритцер Дж., 2002: 265-271; Бакулев Г.П., 2005: 91].

Интересной представляется теория перформанса Р.Шехнера. Она анализирует массовые процессы передачи информации, характерные для всей истории человечества. Перформанс тут выступает как действие, которое одна группа людей демонстрирует перед другой. Возможны три разновидности перформанса по типам правил: игра, когда правила задают игроки; спортивная игра или театр, когда правила устанавливают возможности игроков; ритуал, когда правила выше человека, и он им покоряется [Почепцов Г.Г. d, 1999: 110].

С неомарксистской точки зрения построил свою концепцию общества спектакля (так, кстати, назывался и труд, в котором концепция обосновывалась) французский ситуационист Г.Дебор. Автор вкладывал в понятие общества спектакля сугубо негативный смысл. Это общество фальсифицированной жизни (фальсификация проявляется уже в разделении жизни на общественную и личную). Масс-медиа — это наиболее яркое и очевидное проявление спектакля. Они, естественно, не нейтральное поле, а инструмент, необходимый для продолжения спектакля. Межличностная коммуникация стала опосредованной масс-медиа при помощи образов, которые являются и языком и целью массовой коммуникации. Спектакль представляется мировоззрением общества, он превращается в самостоятельную квазиреальность. Звезды в этом спектакле представляют квазииндивидуальность и квазизжизнь, чтобы компенсировать реальную отчужденность. По Г.Дебору капитализм превратил жизнь в погоню за обладанием товара, сегодня же это обладание трансформируется в представление. Это делается для подавления пролетариата, класса с отчужденным трудом. Погоня за обладанием товара уже недостаточна для подавления пролетариата, и поэтому на сцену выходит общество спектакля с его отсутствием реальности, отупением и каналлизированием энергии только на обслуживание мира товаров. Освобождение пролетариата возможно только через революцию сознания, которая пробьет стену общества спектакля и вернет рабочим отчужденный труд и отчужденную реальность [Засурский И.И., 1999:

42-43]. Таким образом, на место истины, справедливости, других ценностей, пришли шоу: шоу-политика, шоу-правосудие и т.д. Капитализм, эксплуатируя не только труд, но и досуг человека, приводит к его отупению, к созданию новых искусственных потребностей при помощи масс-медиа. За такой стадией развития капитализма как фаза обладания, идет следующая фаза — спектакля, когда и обладание становится чистой видимостью. Г.Дебор выделял три вида общества спектакля. Первый, характерный для тоталитарных диктатур, это концентрированное зрелище. Второй, присущий традиционной буржуазной демократии, общество диффузного зрелища, когда люди используют свою свободу для удовлетворения искусственных потребностей, навязанных масс-медиа. Третий, это общество интегрированного зрелища, когда человек начинает жить в мире рекламы (политика и другие сферы выступают как реклама). Тут уже Рембо звучит как Рэмбо, а Маркс воспринимается как название шоколадного батончика [по Назаров М.М., 2003: 57-59]. Идеи Г.Дебора пользовались большой популярностью в конце 60-х гг. XX ст.

Необходимо также рассмотреть теорию карнавала М.М.Бахтина. Речь идет об инверсии двойных сопоставлений, т.е. переворот оппозиций. Королем карнавала становится нищий, который в обычной жизни занимает презираемые позиции. Такой же переворот характерен для половых и иных различий. М.М.Бахтин применил понятия карнавала ко всем явлениям культуры Нового времени. Г.Г.Почепцов предложил такие этапы карнавализации (по М.Бахтину): первый этап — фиксация имеющегося доминирования; второй этап — временное нарушение принципа доминирования; третий этап — восстановление фиксированного доминирования. Особенность карнавала в том, что он отменяет (на время) социальные иерархии. Более того, он заменяет их на противоположные. Карнавал возможен в четко и на четко определенное время. Он снимает социальную напряженность в обществе, отменяя на время социальные нормы и запреты [Почепцов Г.Г., 2008: 284, 343; Зражевська Н.І. b, 2006: 148-149].

Обычно культурологические теории противопоставляются теориям ограниченных эффектов, т.к. первые рассматривают не точную передачу информации от источника к получателю, а повседневные ритуалы, с помощью которых люди структурируют и интерпретируют свой опыт. Один из теоретиков культурологических теорий Дж.Кэри считал, что понятие ограниченных эффектов привязано к трансмиссионной теории, по которой массовая коммуникация — это процесс передачи информации на расстояние с целью контроля и ее архетипы — это убеждение, изменение установки, модификация поведения, социализация через информацию, влияние и кондиционирование. В отличие от этого, теория ритуала, например, считает функцией медиа не распространение сообщений в пространстве, а поддержание общества во времени, поддержание общих убеждений. Т.е. коммуникация апеллирует к опыту, убеждениям, предрассудкам и т.д. людей. Особенно наглядно это видно в случае с рекламой. Интересны также идеи социального конструирования реальности П.Бергера и Т.Лукманна. Они исходили из того, что опыт реальности для людей — это непрерывный процесс социального конструирования, а не просто принятие выбора власти или элит. Непосредственным их предшественником был А.Шютц, который выдвинул теорию феноме-

нологии. Согласно ей люди действуют без особых раздумий, т.к. имеют запас социальных знаний и структурируют эти знания при помощи типификации. Это облегчает действия людей, но вносит элемент предвзятости. Особое место в культурологических исследованиях имеет Британская школа. Ее представители объединили марксистские идеи с современными методами исследования. Особое внимание уделялось оппозиции элита — народ. Интересные исследования масс-медиа в рамках этой школы провел С.Холл. Он считал, что масс-медиа представляют народный форум, на котором различные социальные силы борются за представление людям социальной реальности и ее проблем. При этом элиты имеют преимущества при представлении социальной реальности, и противоборствующим группам необходимо активно действовать [Бакулев Г.П., 2005: 86-87, 89-90, 100-101].

Особую роль в культурологическом изучении мира сыграли теории культивирования и новой индустриальной революции Дж.Гербнера.

Дж.Гербнер внес значительный вклад в разработку теории массовой коммуникации. Его представления об этом процессе можно подытожить таким образом: «1. Масс-медиа включают в себя дистанционные способы передачи информации, максимально доступные аудитории. Эта доступность может быть рассмотрена: — в физическом смысле, когда информационная инфраструктура достигает необходимой насыщенности на всем ареале проживания аудитории; — в экономическом смысле — потребление информации финансово доступно самым широким массам населения. 2. Информация адресуется большим массивам разрозненной и анонимной для источника аудитории. 3. Система функционирует как производство, подчиняющееся основным законам бизнеса; как корпоративное производство со своими социальными целями; как конвейерное производство с максимальным разделением труда, где каждый участник имеет узкую специализацию и в малой степени определяет выходные параметры готового продукта. 4. Источником информации для системы масс-медиа является не личность, а формальная организация со своими стандартами качества продукции и профессиональными требованиями к работникам. 5. Производство информации в системе сложно технологически. 6. Для аудитории масс-медиа характерна черта, которую можно определить как устойчивость, регулярность отношений. 7. Взаимоотношения информационного продукта и потребителя подчиняются законам рынка, где происходит обмен продукта на деньги и внимание потребителя» [Gerbner G., 1967; по Шеремет А.Н., 2004: 12-13].

Дж.Гербнер ввел в обиход концепцию новой индустриальной революции, согласно которой развитие технических способов обработки и передачи информации ведет к индустриализации культуры и возникновению массовой культуры [Землянова Л.М. а, 1999: 140]. Это приводит к ориентации культурных образцов и моделей на достижение прибыли, а не на художественные стандарты.

Кроме того, Дж.Гербнер разработал теорию культивации. Он считал, что медиа в целом, и, прежде всего, телевидение, являются мощным фактором культурной и политической социализации. То есть аудитория из медиа узнает об образцах поведения, нормах реагирования на конкретные явления, в целом получает представление об обществе как среде собственного обитания. Каждый из представителей аудито-

рии получает, таким образом, ролевой образец, согласно которому он действует. Причем Дж.Гербер рассматривал содержание новостных и развлекательных передач как одно целое, т.к. они имеют одинаковый эффект воздействия на аудиторию. Естественно, такое воздействие возрастает с увеличением интенсивности обращения аудитории к масс-медиа, и прежде всего, телевидению. При этом были проведены интересные исследования, которые подтвердили теорию культивирования. Например, опросы показали, что те, кто больше смотрит телевизор, считают, что насилия в обществе больше (вследствие упора телевидения на показ сцен насилия для привлечения внимания аудитории). Другое исследование показало, что так называемые тяжелые зрители, т.е. те, кто активно смотрит телевизор, приобретают одинаковые навыки поведения в спорных ситуациях, несмотря на различие их политических взглядов. При длительном просмотре происходит мейнстримизация аудитории. С одной стороны, это позитивно, так как объединяет общество, с другой, негативно, так как теряется индивидуальность [Gerbner G., Gross L., Morgan M., Singorelly N., 1982: 100-127; Gerbner G., Gross L., Singorelly N., Morgan M., Jackson-Beeck M., 1979: 177-196; по Кепплінгер Х.М., Ноель-Нойманн Е., 2007: 80-81]. К культивационному анализу были претензии, касающиеся методики его проведения, но они не носили принципиального характера.

В ходе исследований культурных показателей телевидения командой Г.Гербнера было выдвинуто пять гипотез. Первая касалась того, что телевидение коренным образом отличается от других масс-медиа. Оно всеохватывающе, не требует предварительной подготовки (например, грамотности), бесплатно для потребителя, предлагает в одном пакете и визуальные, и аудиальные образы, приходит в дом (т.е. не нужно прилагать усилия для перемещения к источнику информации, как в церкви, кинематографе или театре), взаимодействие продолжается всю жизнь. Вторая базировалась на общедоступности телевидения и представляла его основным культурным оружием общества, т.е. оно создает культурные модели для всех людей, в т.ч. тех, которых раньше система масс-медиа не охватывала. Третья гипотеза касалась того, что сущность культивируемого телевидением сознания не столько в конкретных установках и мнениях, сколько в базовых понятиях о нормах, суждениях, фактах жизни. Исходя из того, что телекомпании опираются на одну аудиторию и пользуются одинаковыми типами программ, делается четвертое предположение о том, что важной культурной ролью телевидение является стабилизация социальных моделей, культивация сопротивления к изменениям. По Г.Гербнеру, повторяющиеся модели находящихся на потоке сообщений и образов формируют символическую среду, культивируют представления о реальности. Т.е. телевидение воспринимается, скорее, не как средство передачи информации, а как ритуал, который дает общие представления о реальности всем причастным. Пятая гипотеза касается того, что, несмотря на незначительный собственный вклад телевидения в культуру, его влияние имеет серьезные последствия, т.к. происходит постоянно. Сенсационным и вызвавшим критику было заявление о том, что телезрители не могут контролировать эффект, который оказывает на них телевидение, и он не поддается точному научному измерению. Было выявлено два способа культивации.

Первый, магистральный, касается тяжелых зрителей. Для них телевидение становится основным источником представлений о реальном мире. И эти представления в культурном плане более соответствуют телевизионной реальности, нежели действительной. Второй способ осуществляется через резонанс. Он происходит, когда зрители видят на экране то, что находит отражение в их реальной жизни [Gerbner G., Gross L., Jackson-Beeck M., Jeffries-Fox S., Signorielli N., 1978: 178; по Бакулев Г.П., 2005: 93-94].

Кроме культивационного анализа, Дж. Гербнер также проводил анализ процесса институционализации, т.е. изучал процесс производства, управления и распространения медиаинформации, и анализ системы сообщений, т.е. изучение медиаобразов, представляемых телевидением. Можно выделить такие ключевые понятия теории культивации: телевидение — величайший рассказчик и оптовый поставщик образов; мейн-стриминг (телевидение представляет доминантные комплексы убеждений, взглядов, ценностей и обычаев); резонанс (реальное подтверждение телевизионных сообщений, что приводит к увеличению медиавоздействия); взаимодействие (динамическое взаимодействие между телевидением и зрителями); комплексные психологические процессы. Исследования показали, что зрители, которые смотрят информационные программы (новости) в большом объеме, обычно смотрят много других телепрограмм; постоянные телезрители, как правило, смотрят подобные по содержанию программы как по эфирным телеканалам, так и по кабельным, а также на видео; интенсивность эффекта культивации и сопротивляемость ребенка его воздействию обычно зависят от того, смотрит ли он телевизор вместе с родителями или один, а также от сплоченности семьи; дети, которые проводят много времени перед телеэкраном, как правило, едят больше сладостей и высококалорийной пищи и считают, что блюда из заведений быстрого питания более питательны, чем домашнего приготовления [Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 121-123, 126-127].

В связи с деятельностью Дж. Гербнера необходимо упомянуть о культурных индикаторах, т.е. главных показателей культурных ценностей, которые создаются и охраняются в обществе при помощи масс-медиа. Исследования этих индикаторов представителями Анненбергской школы показали возрастающее влияние медиа на превращение культуры в систему символов и имиджей. Эта система составляет особый синтетический мир, отличный от реального, который обуславливает образ мышления, чувств и поведения масс людей. Сам Дж. Гербнер писал: «Нам необходимо знать общие направления культивации представлений о жизненных проблемах, приоритетах, ценностях и взаимоотношениях до того, как мы сможем обоснованно объяснить отдельные факты индивидуальной и общественной реакции. Для интерпретации общественного мнения (т.е. опубликованных ответов на вопросы, заданные в определенном культурном контексте) и деятельности многих массовых средств связи и других явлений культурной политики требуются культурные индикаторы, подобные тем подсчетам, которые управляют экономическими решениями, или иным информативным показателям, представляемым в сфере социальной политики» [по Землянова Л.М. а, 1999: 108-109].

Дж.Гербнер выделял такие компоненты исследований коммуникации: 1) коды и модусы (декодирование сообщения, его структурирование в вербальной, невербальной, жестовой и др. формах), 2) обмен (получение сообщения, присваивание им характеристик, социальные и индивидуальные роли при интерпретации и использовании сообщения); 3) системы и институции (масс-медиа и др. институты). Кроме того, Дж.Гербнер выделил три этапа в развитии коммуникации: 1) доиндустриальный (межличностный, мог охватить всю общность); 2) печатный (создан первой индустриальной революцией, разрушает ритуал, в результате появилась массовая аудитория); 3) телевизионный (появился в результате второй индустриальной революции, воссоздает ритуал) [Почепцов Г.Г. d, 1999: 21]. Конечно, к периодизации истории коммуникации может возникнуть много вопросов, но для Дж.Гербнера она явно носила иллюстративный характер для показа его взглядов относительно влияния коммуникации на традиции человечества.

Дж.Карлсон отметил, что при несовпадении телевизионного мира с реальным, зрители высказывают оценки исходя из увиденного, а не своего опыта [Карлсон Дж., 2003: 228-229]. Таким образом, повторяющиеся сообщения масс-медиа влияют на установки аудитории. Причем сила влияния напрямую зависит от интенсивности обращения аудитории к материалам масс-медиа. Такое влияние проявляется в том, что тяжелые зрители начинают смотреть на окружающую действительность, исходя из ее представления в масс-медиа, а не из своего непосредственного опыта. Вследствие особого феномена аудитория воспринимает виртуальный мир как большую реальность, нежели мир действительный.

Критическое рассмотрение феномена телевидения характерно также для Н.Постмана. Он считал, что политика, образование и даже религия приводятся к форме, соответствующей руководящему масс-медиа телевидению. Телевидение изменяет структуру дискурса, появляется новая эпистемология (по сравнению с эпохой книгопечатания), которая опасна и противна здравому смыслу. На место рациональной аргументации в дискурсе приходит развлечение, заинтересованное только в собственном самовоспроизводстве. Телевидение становится инструментом, который не только определяет наши знания о мире, но и то, как приобретать эти знания. Причем, по Н.Постману, новости и реклама тоже являются формой развлечения, а реклама вообще превращается в нормальную форму общественного дискурса, без перепроверки высказываний и серьезных проблем, но с готовыми решениями и хорошим самочувствием. Месседжи следуют короткие и ясные, а драматическое не перерастает в трагическое. Особую тревогу вызывает то, что телевидение приобретает воспитательную функцию. Н.Постман выделил три основных правила «телевизионного воспитательного плана»: «1. Ты ничего не должен предполагать... 2. Ты не должен отвлекаться... 3. Ты должен избегать обсуждения, как десяти мук, которые обрушились на египтян» [Postman N., 1985: 180; по Этика СМИ, 2003: 134-136]. Таким образом, по Н.Постману, телевидение снижает возможности для просвещения. Причем выдвигаются отрицательные требования к передачам, которые не должны быть слишком информативными, а предмет их слишком абстрактным. Поток образов негативно действу-



ет на образованность аудитории. Как меру вакцинации, Н. Постман предлагал создавать специальные передачи о том, как смотреть телевидение [Postman N., 1985; Назаров М.М., 2003: 48-50]. Т.е. он понимал, что призывы к несмотрению носят недействительный характер и пытался уменьшить вред от телесмотра при помощи специальной подготовки зрителей.

Большое место занимают масс-медиа в социодинамической теории французского социолога А. Моля. На наш взгляд, теория Г.М. МакЛюэна во многом схожа с взглядами А. Моля. Последний считал, что в современном обществе население получает знания не столько от системы образования, сколько от масс-медиа. Таким образом, культура и знание приобретаются бессистемно, и А. Моль называет их «мозаичными». Французский ученый выдвигает четыре доктрины деятельности масс-медиа: демагогичную, догматичную, эклектическую и социодинамическую. Демагогичная доктрина исходит из того, что масс-медиа являются средствами рекламы и из-за этого аудитория должна быть погруженной в поле рекламы. Догматичная доктрина направлена на то, чтобы путем непрерывного повтора традиционных ценностей, достичь их усвоения реципиентами и воплощение в жизнь. Эклектическая или культуралистская доктрина занимается той стороной передач, которая посвящена вопросам «глобальной культуры». Социодинамическая доктрина также выдвигает задание освещения культуры общества. Но уже не пассивное, а активное «продвижение» культуры в сознание представителей аудитории. Сам А. Моль решительно критикует две первых доктрины и пропагандирует третью и четвертую [Моль А., 1973].

А. Моль подчеркивал, что при восприятии массовой информации активация рациональных механизмов индивидуального сознания происходит не так обязательно, как при усвоении классических текстов. Сообщения масс-медиа обычно обращены к эмоциям, а не к разуму. Часто используется логика мифа, упрощающая реальный мир [Соціологія, 2005: 232].

Вообще, мозаичная культура — это термин футурологов, которые считают, что результатом влияния масс-медиа на общество будет ускорение процессов исчезновения традиционных форм межличностных связей, в т.ч. родственных и соседских. Масс-медиа будут обеспечивать мозаичное единство индивидуальной свободы в выборе стилей жизни и интеграцию для товарного обмена продукцией. Таким образом, мозаичная культура соединит интересы монополий и индивидуальные предпочтения. Главный упор этой культуры — удовольствия при проведении досуга [Землянова Л.М. а, 1999: 132-133]. Особо сильно мозаичная культура проявляется на телевидении. Через этот канал информация чаще подается не через причинно-следственные связи, а не связанными друг с другом фрагментами. Причем сталкивая элементы мозаики, коммуникатор добивается резонанса отдельных элементов, прочно вписывая их образ в сознание публики. Наличие видеоканала передачи информации усиливает ее эффективность. Типичным для телевидения является сжатие и уплотнение информации, чтобы передать как можно больше за короткий промежуток времени. При этом, естественно, идет искажение информации. Эту тенденцию немецкие ученые О. Негт и А. Клюге назвали «универсальным структурирующим принципом телевидения», а их колле-

га П.Слотендик резюмировал: «Для сознания, подвергаемого информированию со всех сторон, все становится одинаково непонятным» [Kreuzer H., 1980: 25; Sloterdijk P., 1983: 559; по Терин В.П., 2000: 59-62].

Многое сделал для развития культурологического направления теорий массовой коммуникации Т.Адорно. Он измерял изменение мобильности типов личности под влиянием стереотипов телевизионных передач, показал негативное влияние масс-медиа как проводника массовой культуры [Шарков Ф.И., Родионов А.А., 2003: 27].

На Т.Адорно большое влияние оказали работы В.Беньямина, в особенности его «Искусство в эпоху его технической воспроизводимости» (1936). Немецкий мыслитель разработал теорию художественного произведения в условиях новой, медийной реальности. Ощутимое влияние на его взгляды имел неортодоксальный марксизм, которого он придерживался и условия нацистской идеологии, от которой вынужден был скрываться в эмиграции. Особенно четко взгляды В.Беньямина прослеживаются на его анализе эволюции фильма. Ученый считал, что в медийных условиях произведение искусства подвергается демифологизации и теряет свою ауру. Он доказывал, что медийные средства репродукции не являются для произведений искусства внешними, они меняют их сущность, а на создание новых произведений влияние оказывает уже не индивид, а масса со свойственными ей особенностями поведения. При технической репродукции, тиражировании ликвидируется неповторимость художественного произведения. Раньше оно было связано с культом, ритуалом, исключительностью, сейчас с неисключительностью и способностью к размножению. Теряется явление ауры (по В.Беньямину, непосредственное явление дали, каким бы близким оно не было), а вместо культового характера произведения выступает потребительское и товарное. От созерцательного восприятия картины происходит переход к синхронному коллективному восприятию фильма. Причем ошеломляющая смена картинок саботирует сосредоточение аудитории. Последний тезис вызвал критические замечания со стороны других немецких ученых [Этика СМИ, 2003: 84-86].

В отличие от Г.Адорно В.Беньямин считал, что развитие индустрии культуры несет не только негативные, но и позитивные последствия. Широкая доступность произведений искусства ведет к потере элитарности и доступности для простых людей [Беньямин В., 1996; Назаров М.М., 2003: 44-45].

Необходимо отметить, что представители неомарксистской критической теории подвергали критике массовую культуру, индустрию культуры, вместе с ее структурами, которые контролируют культуру (например, телевизионные сети). Критика была направлена, прежде всего, против фальши массовой культуры, которая представлялась как набор производимых в большом количестве идей, распространяемых масс-медиа. Кроме того, тревогу вызывало отупляющее воздействие масскульта на потребителей. В рамках Франкфуртской школы критическую теорию телевидения выдвинул Д.Келлнер. Ее отличие от других теорий критического направления в том, что автор уделил значительное внимание вопросам политической экономики телевидения, т.е. рассматривал его не только как элемент надстройки, но и базиса. Д.Келлнер считал телевидение весьма конфликтным масс-медиа, в котором стал-

квиваются интересы различных финансово-политических группировок. Ученый рассматривал такие угрозы исходящие от телевидения, как потери в демократии, индивидуальности и свободе. Он предложил пути устранения угроз (демократическая подотчетность, доступность граждан для участия, культурное разнообразие) [Ритцер Дж., 2002: 170-171]. Также учеными критического направления рассматривалась идея легитимации, т.е. выработки идей, которые идеологически обеспечивали функционирование системы.

Разработкой идей коммуникативной философии занимался К.-О. Апель. Он считал, что разработка ценностных нормативов должна происходить не на основе наследования традиций или требований монологического разума, а вследствие коммуникации, которая представляется как последняя авторитетная инстанция. При этом ученый считает, что только коммуникативная общность может быть обязывающей инстанцией для его членов. Т.е. моральные нормативы могут появляться только на основе взаимопонимания членов общности. При этом К.-О. Апель считает, что реальной коммуникации, во время которой участники обсуждают и приходят к соглашению, недостаточно, т.к. не решен вопрос с критериями аргументации. Ограничения аргументации (например, вследствие неравного социального положения членов группы) могут стать основой для ошибочного соглашения. Ограничением тут выступают и конкретные пространственно-временные рамки реальной коммуникации (они не дают получать всеобщие и объективные результаты). К.-О.Апель предлагает ввести понятие трансцендентальной или идеальной коммуникации, под которой понимает неограниченную коммуникативную общность. Она преодолевает отмеченные недостатки реальной коммуникации. Эта коммуникация выполняет и роль критерия истины. Причем, по К.-О.Апелю, она существует априори и не зависит от реальной. Поэтому ее существование определяет вера (это сближает построения К.-О.Апеля с религиозной философией) [по Ермоленко А.М., 1999: 30-31, 35].

Имеются также представители деструкционалистской ориентации, которые выдвинули теорию нон коммуникации. Они считают, что масс-медиа не способствуют коммуникации, а погружают аудиторию в миражи, способствуют ее инерции и манипуляциям. Стоит отметить также методологический коллективизм, согласно которому тенденции в развитии культуры надо выявлять путем анализа текстовых моделей, а не деятельности представителей культуры [Шарков Ф.И., 2003: 30; Шарков Ф.И., Родионов А.А., 2003: 27].

Особое внимание теме культуры уделил выдающийся французский философ Ж.-П.Сартр в своем основном труде «Критика диалектического разума». Ж.-П.Сартр критиковал всепроникающие масс-медиа за навязывающий и разрушительный характер. Приходит серийная культура, которая характеризуется соединением отчужденных индивидов в пассивный объект. При этом отсутствует связь между членами аудитории, она разделена, бессильна, невзаимна, бездеятельна, очарована, мнимо доминирует над коммуникатором, бессильно негодует, когда осознает, что не имеет голоса. Итальянский ученый У.Эко считал, что смысл серийности заключается в том, «чтобы сделать копию некоего абстрактного образца. Два листка бумаги для пишущей машинки — это

копия одного и того же коммерческого образца» [Эко У., 1996: 57; по Ситников А.П., Гундарин М.В., 2003: 45-46].

Существует также направление в коммуникативистике под названием посткультурализм. Его представители пытаются соединить историко-материалистические и семиотические подходы, чтобы избежать крайностей как вульгарного материализма, так и формализма.

На идеях Г.Маркузе, С.Сонтаг, М.МакЛюэна построена концепция конца словесной грамотности. Литература провозглашалась устаревшей и подлежащей замене новыми медиа, оперирующими образами.

Интересно также понятие вкусовой культуры, введенное в научный оборот американским профессором Г.Гэнсом. Основываясь на идеях культурного плюрализма и демократии, он считал, что все типы культуры имеют право на существование, если они полезны людям и удовлетворяют какие-то их вкусы и возможности. Таким образом, массовая культура уже не является антиподом высокой, она просто направлена на удовлетворение вкусовых потребностей иных групп людей. Ученый выделяет пять типов вкусовых культур: высокая — для элиты (качественная пресса, книги, классическая музыка); верхнее-средняя — отличается от первой большим потреблением медиа-информации; нижнее-средняя — белые воротнички (ориентация на медиа, но с высокими моральными критериями); низкая — синие воротнички (экшн-фильмы, телевидение); квазинародная — бедняки и малообразованные (примитивные шоу) [Землянова Л.М. а, 1999: 32, 98, 170].

В целом, для культурных концепций современности характерен пессимизм, уверенность в отчуждении личности, в замене реального мира виртуальным, в упадке гуманистической культуры. Большинство ученых придерживаются мысли, что такой упадок приведет к краху традиционной культуры, к ее замене эрзац-образцами.

## Теоретические обобщения Д.МакКуэла

В современной коммуникативистике широкой известностью пользуются попытки Д.МакКуэла обобщить большинство научных изысканий в сфере массовой коммуникации. В своей книге «Теория массовых коммуникаций. Введение» он составил своеобразную карту теорий масс-медиа. Выделяются макротеории, которые рассматривают место медиа в массовом обществе, идеологические и политические факторы их деятельности, взаимодействие с другими социальными институтами и властью. Группа нормативных и организационных теорий занимаются механизмами функционирования масс-медиа, проблемами аудитории, медиатизацией общественных отношений. Они делятся на холистические, которые исследуют социально-экономические и политические аспекты медиа; основанные на контент-анализе; рецептивные, занимающиеся социально-психологическими аспектами восприятия информации; экономические (финансово-коммерческие аспекты деятельности медиа); гегемонистические (классовая и идеологическая деятельность медиа); структуралистско-семиотические (занимаются символической природой масс-медиа); функциональные, рассматривающие

основные медийные функции. На контекстуальном уровне выделяются теории авторитарные, либертарианские, социальной ответственности, нового международного информационного порядка (на основе идей доклада комиссии Макбрайда); демократическая (партисипационная модель горизонтального развития глобальных информационных связей) [Землянова Л.М. а, 1999: 76-77].

Особо Д.МакКуэл рассматривал процесс медиации, т.е. прохождения информации от события до получения информации аудиторией, как метафору того, что медиа находятся между действительностью и аудиторией. При этом возможно различное поведение коммуникатора: от нейтрального освещения до попыток манипулирования. В соответствии с этим поведением выделяют такие виды масс-медиа (метафоры медиации): окно (события свободно через него заходят при невмешательстве коммуникатора); зеркало событий (правдивое отражение событий, но через рамку внимания коммуникатора); фильтр или гейткипер (события и ракурс их освещения выбирается в зависимости от опыта коммуникатора, его представлений об аудитории); указатель, гид или переводчик (объясняют события, предлагают пути их интерпретации); экран или барьер (фальшивое представление событий для получения экономической или политической выгоды). В 2005 г. Д.МакКуэл уточнил этот перечень. Он убрал категорию барьера, выделил понятие распространителя и т.д. В конечном итоге, в 2005 г. перечень выглядел уже так: окно, расширяющее наше зрение и дающее возможность самим видеть события; зеркало происходящих событий, но с углом отражения, определенным коммуникатором; фильтр или гейткипер, который отбирает материалы для ознакомления аудитории; указатель, проводник или интерпретатор, представляющий фрагментарную картинку действительности; форум или платформа, представляющие идеи для обсуждения; распространитель, т.е. функции собственно передатчика информации; собеседник или партнер, имитирующий прямой разговор и дающий советы [Зернецка О.В., 1999: 172-173; Квіт С., 2008: 41-42].

Д.МакКуэл выделял четыре главных элемента масс-медиа. Это технология, политико-социально-экономико-культурная ситуация в обществе, виды деятельности, функции и потребности, а также люди, организованные в классовые и групповые структуры. Так он обозначил основные медийные представления.

1. Отношения медиа с государством и обществом	
Контроль со стороны государства	Независимость
Конформизм	Склонность к критике
Ориентированность на политику	Несвязанность с политикой
2. Социальные и культурные ценности	
Ориентация на реальность	Ориентация на фантазии
Серьезность и моральность	Развлекательность
Искусство, высокая культура	Массовая культура
3. Организационные и технологические черты	
Организационные аспекты: сообщение — производство — распространение	
Высокие технологии	Неразвитые технологии
Профессионализм	Непрофессионализм
4. Обстоятельства распространения, восприятия и использования	
Унитарное содержание	Разнообразное содержание
Содержание, ограниченное временем и пространством	Содержание, не ограниченное временем и пространством
Индивидуальное внимание и использование	Коллективное (групповое) внимание и использование
Использование ограничивается временем и пространством	Использование не ограничивается временем и пространством
Управляемая поставка	Неуправляемая поставка
5. Социальные взаимоотношения отправителя и получателя	
Получатель как частное лицо	Получатель как член общности
Высокая привлекенность или прикреплённость	Низкая привлекенность или прикреплённость
Источник, отдаленный во времени, пространстве или культуре	Источник, близкий во времени, пространстве или культуре
Интерактивность	Неинтерактивность

*[McQuail D., 1987; no Kvim C., 2008: 14-15].*

Интересным является взгляд Д.МакКуэла на нормативные принципы и структуру масс-медиа. При этом он исходил из предпосылки, что медиа должны содействовать общественным интересам и общему благосостоянию, а вопрос об ответственности их перед обществом не связан с формальными ограничениями в функционировании. При этом Д.МакКуэл подчеркнул изменчивый характер концепции общественных интересов. Были выделены такие основные проблемы социальной теории масс-медиа. 1. Опасность для демократии и свободы со стороны концентрации масс-медиа. Монополия ведет к ограничению информации и тенденциозной ее подаче. 2. Качество новостей страдает из-за стремле-

ния к сенсационности и поверхностности, иногда и откровенной фальсификации. 3. Отношение масс-медиа с национальной безопасностью и властью. Масс-медиа не должны радикально подрывать социальный порядок. Основываясь на этом, власть всегда стремится контролировать медиа-информацию. 4. Соблюдение морали и норм приличий, ограничение сцен секса и насилия. 5. Вклад масс-медиа в развитие образования, культуры и искусства, и противоречие этих интересов с рыночными. 6. Соотношение с интересами сохранения местных культур. Вследствие осознания этих проблем были приняты различные законы и правила.

В целом, Д.МакКуэл таким образом отображал главные принципы структуры и функционирования масс-медиа: свобода, разнообразие, качество информации, социальный и культурный порядок, солидарность и согласие. Свобода, при всех различных версиях ее понимания, предполагает: полное отсутствие цензуры, привилегированного положения или контроля со стороны власти; абсолютно равные права и возможности граждан по доступу к масс-медийной информации; относительная свобода масс-медиа для сбора информации; относительное отсутствие влияния на медийный контент со стороны владельцев масс-медиа и рекламодателей; желательна активная и критическая редакционная политика. Естественно, свобода масс-медиа не может носить абсолютный характер вследствие: а) ограничений, накладываемых общественными интересами; б) возможного конфликта между владельцами каналов и теми, кто хочет получить на них доступ; в) дисбаланс между тем, что коммуникатор хочет сказать, и тем, что аудитория хочет услышать. Преимущества свободы масс-медиа заключаются в контроле за властью (функция сторожевого пса); стимулировании активной демократической системы и социальной жизни; возможности выражения идей и мнений различного культурного содержания; обновление культуры и общества. Разнообразие предполагает плюрализм каналов коммуникации, а, следовательно, и мнений. Но разнообразие, как и свобода, должно быть нейтральным к содержанию. При этом разнообразие имеет такие черты: в масс-медиа должны отражаться различные социальные, экономические и культурные реалии общества; должен быть доступ к масс-медиа для представителей социальных и культурных меньшинств; масс-медиа должны быть форумом идей и взглядов. Преимущества разнообразия состоят в: возможности социальных и культурных изменений; обеспечении контроля за теневыми сторонами свободы (например, приватизации); возможности сохранения меньшинств; ослаблении социальных конфликтов из-за увеличения возможностей для понимания; разнообразии социальной и культурной жизни. Но свобода и разнообразие не обязательно приводят к качеству информации. Стандарты качества информации Д.МакКуэл определил следующим образом: масс-медиа должны полностью обеспечить информирование аудитории о событиях в обществе и мире; информация должна быть точной, откровенной, правдивой, надежной, с разделением фактов и мнений; информация должна быть сбалансированной и беспристрастной, с альтернативными точками зрения, которые подаются в несенсационной манере. Что касается социального порядка и солидарности, то тут отмечены два подхода. С одной стороны, властные структуры склонны рассматривать медиа как неявное средство поддержания существующего порядка, с другой,

этот порядок не может рассматриваться как единственно правильный и вечный. Выделены такие принципы: масс-медиа должны быть каналом взаимного общения и поддержки социальных групп; они могут способствовать социальной интеграции тех, кто испытывает в этом трудности; не должно быть подрыва законности и порядка путем символического поощрения преступлений и социального беспорядка; национальные интересы могут ограничивать свободу масс-медиа в вопросах национальной безопасности (спорный тезис, без четких критериев он служит для реальных ограничений свободы масс-медиа); масс-медиа должны учитывать господствующие в обществе моральные нормы. В области культурного порядка основные элементы масс-медиа таковы: контент масс-медиа должен отражать язык и культуру аудитории; при этом преимущество отдается образовательной функции, отражению лучших образцов искусства; масс-медиа способствуют культурному творчеству, появлению оригинальных работ высокого (эстетического, морального, интеллектуального, профессионального) качества [МакКуэл Д., 2003: 179-188].

Д.МакКуэл справедливо отмечал сиюминутный характер теорий масс-медиа, которые отражают сегодняшний день состояния технологий и развития масс-медиа, общественных настроений и уровня восприятия индивидуумами и социумом медиа-материалов. Отдельно Д.МакКуэл рассматривал функции масс-медиа как социального института. Он выделял такие: масс-медиа содействуют росту и изменениям в промышленности, сами развивают свои правила и нормы, связывающие с иными социальными институтами; являются властным ресурсом, т.к. могут контролировать, управлять и выполнять функции инновации в обществе; служат ареной для публичной, национальной и международной деятельности; являются местом развития культуры; стали главным источником определений и представлений социальной реальности, выражают ценности и нормативные решения. Выделяются четыре вида теорий: 1) социологические, изучающие природу, способы деятельности и эффекты массовой коммуникации; 2) нормативные, тесно связанные с философией, занимающиеся природой медийных ценностей и взаимосвязью медиа и общества; 3) теории работы, т.е. собственно журналистские теории, прагматичные по своему характеру, но соотносящиеся с общими социальными теоретическими построениями; 4) здравого смысла, т.е. представлениями аудитории о деятельности масс-медиа, которые определяют действия и степень доверия людей. Д.МакКуэл связал теории массовой коммуникации со способами коммуникации.



	<b>Командный способ</b>	<b>Сервисный способ</b>	<b>Ассоциативный способ</b>
Вопросы теории	Пропаганда и идеология	Коммерциализация, поведение аудитории	Участие и взаимодействие
	Манипуляции, массовое общество	Коммуникационные рынки	Социальная фрагментация, нормативные медиатеории
	Классовое доминирование	Информационное общество	Связи в самой медиа-аудитории

[McQuail D., 1987; no Kvit C., 2008: 40-41].

Д.МакКуэл также предложил типологию возможных теорий эффектов масс-медиа.

<b>Направленность</b>				
<b>Планируемые эффекты</b>				
Время		Индивидуальный отклик	Распространение инноваций	
		Компания в масс-медиа	Распределение информации и знаний	
	Кратко-срочные			Долго-срочные
		Индивидуальная реакция	Социальный контроль	
			Социализация	
			Влияние на результаты событий	
		Коллективная реакция	Представление реальности	
			Институциональные изменения	
			Культурные изменения	
<b>Непланируемые эффекты</b>				

При этом под определениями имеется в виду следующее. Индивидуальный ответ, отклик — процесс изменения знаний и установок или их стабилизации. Компания в масс-медиа — использование одновременно несколь-

ких медийных каналов. Индивидуальная реакция — непланируемые коммуникатором последствия. Коллективная реакция — совокупность индивидуальных, переживаемая множеством людей и могущая привести к массовым психозам, панике и т.д. Распространение инноваций — распространение нововведений в целях долгосрочного развития. Распределение информации и знаний — проблемой при этом могут быть неравномерность распределения между социальными группами, а также выборочность самой информации. Социализация — влияние масс-медиа на процессы научения и принятия социальных норм и ценностей. Социальный контроль — деятельность медиа по поддержанию стабильности. Представление социальной реальности — производство знаний и мнений. Институциональные изменения — приспособление различных институций к деятельности масс-медиа. Влияние на результаты событий — зависят от авторитета конкретных медиа. Культурные изменения — трансформация ценностей социальных групп [McQuail D., 1993: 336-337; по Назаров М.М., 2003: 88-89].

В целом, деятельность Д.МакКуэла — это первая попытка системно проанализировать все многообразие теорий в сфере массовой коммуникации. Эта попытка оказалась успешной и основная работа Д.МакКуэла с изменяющимся и содержанием, и названием постоянно находится в лидерах цитирования в исследованиях массовой коммуникации. С другой стороны, не увенчалась попытка ученого создать единую, универсальную теории массовой коммуникации. Причиной, по видимому, служит, во-первых, быстрые изменения в сфере технологий масс-медиа, во-вторых, сложность и разноплановость самого явления массовой коммуникации.

## Другие концепции массовой коммуникации

Интересную теорию масс-медиа выдвинул Э.Кассирер. Он понимал информационные средства как самостоятельную сферу деятельности, которая конкретизирует достижения сознания и культуры. При этом определить предмет познания можно только через информационное средство своеобразной логической структуры понятий. А неодинаковость информационных средств соответствует различному соединению объектов, различному смыслу взаимосвязей. Тут речь, естественно, идет не только о масс-медиа, но и о языке, мифе и религии, науке и искусстве. Э.Кассирер видел в информационных средствах основную форму культурного производства. А в их сферах действия раскрывается воздействие опосредованных знаков, т.е. символических норм. Способность к передаче определяет информационные средства как культурные инстанции-носители и позволяет человеку создавать символы. Немецкий ученый считал, что человек живет (а это была первая половина XX ст.) не в естественном, а символическом окружении. Т.е. без информационных средств он ничего не узнает о мире [Этика СМИ, 2003: 70-73].

Интересен анализ медиаэкологических взглядов, представленный украинским ученым Б.В.Потятныком. По образцу биоценоза, который

является совокупностью растений, животных, микроорганизмов, населяющих определенный участок Земли, сторонники медиаэкологии ввели понятие нооценоз относительно сфер текстов и разума. Нооценозы имеют свои центры притяжения — доминирующие культурные ценности, свои экотоны — переходные зоны. Например, развитие Интернета привело к дезинтеграции старых этническо-территориальных нооценозов и формирования новых, значительно слабее привязанных к определенной территории. Но при этом наблюдается сохранение языково-культурных центров притяжения. После слияния локальных информационных сфер появилась возможность говорить про глобальную информационную сферу — ноосферу. Это понимается как «сбалансированное сосуществование различных интеллектуальных течений, жанров, взглядов». С экологией ноосферы связаны две проблемы: 1) ограничения неконтролируемого нарастания и размножения семиотических структур, которое может иметь фатальные, непредсказуемые последствия; 2) автоматического поведения, программируемого определенными текстовыми потоками (дискурсами) [Потятиник Б.В., 2004: 205-213].

Достаточно внимания медийным вопросам уделил такой мощный мыслитель как Л.Витгенштейн. В частности он выдвинул теорию языковых игр. Ученый исходил из того, что значение слов можно понять только в связи с их употреблением, практикой использования. Т.е. в отличие от ученых лингвистического направления Л.Витгенштейн на первое место ставил не семантику, а прагматику. Он ввел понятие языковой игры, чтобы представить, как язык функционирует. Л.Витгенштейн уподобил языковую игру шахматной. С определенными правилами и носителями функций, которые следуют этим правилам. Также существует пространство, в котором правила действуют. Причем в одном социуме могут быть разные языковые игры, в каждой из которых одни и те же слова будут иметь различное значение (например, молодежная или научная среда). Языковая игра нерасторжима с неязыковыми (например, жесты, позы) факторами. Т.о. языковая игра — это совокупность языка и деятельности. При этом данный вид игры весьма динамичен. Игра меняется не только в зависимости от среды, но и во времени [Этика СМИ, 2003: 76-77].

Российская исследовательница Л.М.Землянова выделяла ряд теорий и концепций массовой коммуникации. Концепция сложноструктурной логики массовой коммуникации предполагает в процессе исследования масс-медиа использовать не одну, а комплекс различных логик: индустриальную, организационную, технологическую, культурную, политическую, информационную, а также сетевую логику информационного общества. Ученые семиотического направления в массовой коммуникации исследуют информационные процессы как знаковые в плане: 1) семантики (отношения между знаками и референтом), 2) синтактики (отношения знаков со знаками), 3) прагматики (отношения между знаками и их интерпретаторами, т.е. аудиторией). Выделяют три типа систем коммуникационных значений: 1) доминантная система, подчиняющаяся системе господствующих ценностей, 2) подчиненная система кодов, возникающая в результате переговоров с возможным ее изменением; 3) радикальная система, отвергающая официальные ценности и предлагающая свои. Есть также три уровня исследований: 1) знаки и знаковые

структуры, 2) коды и системы организации знаковой коммуникации, 3) культурный контекст, в котором они существуют. Тут семиотика интегрируется со структурализмом, изучая коммуникационные процессы в качестве лингво-знаковых структур и систем культурного континуума. При этом влиянию кодов-символов легче подвергаются люди, получающие знания не вследствие первичной социализации, т.е. собственного опыта, а из вторичной — сферы медиатированных значений. Можно выделить также теорию для коммуникаций в XXI веке. Тут исследуются последствия и возможности влияния новых информационных технологий на журналистику. Ученые сходятся в признании позитивного воздействия новых медиа на развитие общественных связей различных регионов. При этом в центре внимания остаются проблемы неравного доступа к новым технологиям и возможного нарушения прав личности при их использовании. Выделяется также теория аутопойезиса, т.е. самопроизводства общества вследствие информационного взаимодействия множества саморегулирующихся и самовоспроизводящих систем. Связи тут происходят в специфических для каждой подсистеме дискурсах и кодах. Можно выделить также философский подход к рассказу о событиях Анненбергской школы, согласно которому деятельность современных масс-медиа аналогична миссии древних сказителей, которые в устном виде передавали сведения об истории, нравах и действиях. Нельзя обойти вниманием и экономическую теорию, возникшую в результате телевизионного бума 1960-1980 гг. Эта теория утверждает, что коммерциализация медиа выгодна не только их владельцам, но и аудитории, т.к. конкуренция способствует движению к качественной и объективной информации. При этом утверждалось, что личная ответственность владельцев масс-медиа должна заменить государственное регулирование [Землянова Л.М. а, 1999: 82-83, 199-200, 207, 227-229, 244, 255].

Теоретическую схему взаимодействия масс-медиа с разными уровнями социальной структуры предложил Ю.Левада. Он выделил три уровня социальной структуры: личность, социальная группа, социальный институт. Личность при помощи масс-медиа осуществляет «самоутверждение», социализацию, сосуществование в социальной группе, подчиненность социальным ролям. В рамках социальной группы масс-медиа способствуют ее интеграции и включению в более широкую социальную структуру. Что касается социальных институтов, то они при помощи масс-медиа транслируют социальные нормы и создают активную мобилизующую социальную среду [Левада Ю.А., 1984; по Шеремет А.Н., 2003: 40].

Можно назвать также концепцию технологического детерминизма, согласно которым уровень развития техники определял тип общества, его социальную структуру, систему коммуникаций. По мнению Ф.И.Шаркова, именно на основе технологического детерминизма построены концепции постиндустриального и информационного общества [Шарков Ф.И., 2003: 218]. Также российский ученый выделял теории диффузии инноваций, которая раскрывает зависимость массовой коммуникации от широкого социального окружения; минимального познания — тут анализируется минимальный порог познания, за пределами которого невозможно делать вывод об истинном положении вещей; обратной связи (Дж.Райли, Ф.Балль) об особенностях обратной связи

аудитории к коммуникатору; повторного открытия первичной группы, которая обращает особое внимание на роль межличностных коммуникаций в распространении содержания массовой коммуникации и социального конструктивизма. Последняя представляет собой реализацию феноменологического подхода, особое внимание уделяется действию как цели коммуникации, ее процессам и механизмам, благодаря которым распространяется информация (знания) в обществе [Шарков Ф.И., 2003: 213, 216-217].

Функциональный подход реализуется при рассмотрении доминирующих функций массовой коммуникации. Интересными тут являются марксистские политические теории, в которых на ведущее место выдвигаются политические факторы, определяющие работу масс-медиа. Примыкают к этому теория гегемонии массовой коммуникации, которая настаивает на господствующей роли медиа благодаря воздействию на людей как в прямой, так и в латентной форме, и теория эгалитарной массовой коммуникации, разработчики которой считают необходимым обеспечить равный доступ всех граждан к выбору канала коммуникации для получения информации [Шарков Ф.И., Родионов А.А., 2003: 21-32, 213].

Ряд исследований связан с личностью коммуникатора. Так, известный американский психолог и социолог Ч.Кули разрабатывал теорию зеркального «Я». Под этим подразумевалось, что потенциально разумная природа индивидуального «Я» приобретает социальное значение только в процессе коммуникации. При этом на макроуровне «социальное» обеспечивает функционирование человеческой жизни. Американский ученый Дж.Мид рассматривал стадии превращения физиологического организма в рефлексивное социальное «Я». При этом в простой игровой фазе индивид усваивал роль одного другого, в сложной — ассимилирует роли нескольких других, в фазе обобщенного другого происходит ассоциирование индивида с общностью. Т.е. происхождение «Я» полностью социально, а отличает его от других организмов способность становиться объектом для самого себя [Шарков Ф.И., 2003: 213, 216-217].

Изложением своеобразного генезиса знаний о коммуникации в обществе служит работа В.Шрамма «Природа коммуникации между людьми» [Schramm W., 1972: 3-53]. Коммуникацию В.Шрамм считает одним из важнейших социальных процессов, необходимых для взаимодействия людей во всяком обществе. Он предлагает понимать ее как взаимодействие сторон, которые настроены на одинаковую информацию. Характеристика взаимоотношений определяется целью каждой из сторон.

При этом, по В.Шрамму, коммуникатор занимает активную, а коммуникант пассивную позицию. Коммуникация в ходе развития общества тоже развивается, становится более могучей благодаря изобретению специальных «машин» для того, чтобы распространить действие человеческих сенсоров — слуха и зрения. Возникновение средств, которые усиливают мощность коммуникации, ведет к созданию общественных институтов. То есть, по В.Шрамму, социальная коммуникация — это усиленная межличностная коммуникация. Это он подтверждает рядом примеров. Вот один из них. В.Шрамм пишет, что в доисторическом обществе были специальные сторожа — люди, которые дежурили и сообщали всему племени о каких-то событиях, а теперь эту роль исполняет

пресса с армиями репортеров [Schramm W., 1972: 22]. То есть состоялись сугобо количественные, но не качественные изменения. Вряд ли с этим утверждением известного американского ученого можно полностью согласиться.

Интересный, но вряд ли научный взгляд сформулировал Р.Бауэр [Bauer R., 1968]. Он писал: «Истину нельзя скрыть: наша социальная модель коммуникации морально асимметрична; она почти исключительно исходит из неравенства сторон в интересах инициаторов процесса — манипуляторов». Но после такой критики автор неожиданно начинает доказывать, что такая модель в принципе неплоха и нужно только работать над ее совершенствованием.

Экзотичными также являются взгляды на массовокоммуникационные процессы некоторых философов. Особенно этим отличаются экзистенциалисты. Они исходят из того, что массовая коммуникация не способна позволить каждому человеку полностью раскрыть свое «Я» и потому она аморальна и антигуманна. Типичными здесь являются взгляды австрийского ученого Г.Андерса, изложенные в книге «Обветшалость человека» [Anders G., 1956]. Основной тезис Г.Андерса таков: отчужденному миру отвечает отчужденное сознание, проявлением и инструментом формирования такого сознания и являются масс-медиа, которые заменяют реальный мир человека на иллюзорный.

Г.Андерс утверждает, что современное общество «массового производства» товаров может выжить только через нивелировку, стандартизацию сознания «массового потребителя», через превращение индивидуальности в «человека толпы». Если раньше человеку нужно было выйти из дома, чтобы узнать, что происходит в мире, то теперь мир сам приходит к человеку, но так, что изменить он ничего не в состоянии. Г.Андерс, который, кстати, написал свою книгу на 10 лет раньше Г.М.МакЛюэна, считает, что средства связи сами диктуют способ их использования. «Свобода распоряжения техникой, вера в то, которое есть кое-что, что может быть только средством для осуществления добрых дел — чистая иллюзия... Что на нас осуществляет влияние, что нас формирует и деформирует, так это не только опосредствованные предметы и явления, но и сами средства, сами аппараты, которые не только являются объектами возможного использования, но своей сложившейся структурой и своими функциями устанавливают границы своего приложения». Таким образом, Г.Андерса можно смело отнести к тем, кто с пессимизмом относится к развитию масс-медиа, считает, что они приводят к уничтожению индивидуальности и уменьшению интеллектуального потенциала человечества.

Отдельно стоит остановиться на теориях изображений и фильмов. В частности, интересными являются взгляды немецкого ученого Л.Клагеса. Для него изображения увеличивали интенсивность жизни. Причем передача изображений должна быть не критической, так как интерпретация не увеличивает переживание, а снижает его эффективность. Изображения должны создавать настроения и фиксировать ситуации, а не предметы и понятия. Например, остросюжетный фильм воспринимается как интенсивное изобразительное переживание. При этом не имеет значение, выдумка это или реальность. Ценным является то, что изображение увлекает нас и вовлекает в глубокое чувственное пере-

живание. Радио тут значения не имеет. Несколько иным было отношение к изображению К.Г.Юнга. В его учении об архетипах первобытные изображения характеризуют коллективно-бессознательное. Это то, что нельзя вывести из личного опыта человека, но что повторяется у разных народов, например, герои сказаний. То есть, это некие исконно-исторические программы нашего мозга, которые не зависят ни от нашего опыта, ни от нашего образования, ни даже от наших генетических способностей. Интересны также теории фильмов В.И.Пудовкина и С.М.Эйзенштейна. Оба они уделяли особое внимание монтажу. Но если для В.И.Пудовкина это было средством психологического влияния на публику, то для С.М.Эйзенштейна — средством создания новой реальности. При помощи монтажа он пытался создать в сознании зрителей определенные новые значения [Этика СМИ, 2003: 108-112].

Широкое распространение получила идеология коммуникации, сформулированная в «Международной энциклопедии коммуникации»: 1) свободное распространение информации (любые препятствия ведут к ослаблению общества); 2) способность общества изменяться в соответствии с информацией внешней среды (отсутствие информации ведет к дезинтеграции); 3) доступность информации [Бориснёв С.В., 2003: 23].

Системно-деятельностный подход к изучению массовой коммуникации предложил российский ученый А.Н.Шеремет. Массовая коммуникация при этом рассматривается как духовно-практическая деятельность, внедряющее в массовое сознание определенные системы ценностей и включающая как журналистику, так средства массовой коммуникации. По мнению А.Н.Шеремета, журналистика — это творческая деятельность по реализации массовой коммуникации посредством выработки духовных знаний, а средства массовой коммуникации являются технической стороной, осуществляющей массовую коммуникацию. Они выступают в двух видах массовой коммуникации: внешнем — как совокупность каналов, и внутреннем — как совокупность жанров [Шеремет А.Н., 2003: 26]. Разделение российским ученым журналистики и средств массовой коммуникации вызывает сомнения, а положение о том, что средства могут выступать как совокупность жанров, представляется не имеющим смысла. Также как и последующие рассуждения об отличиях между коммуникацией и общением (коммуникация, на наш взгляд, бесосновательно представляется субъект-объектным отношением, а общение субъект-субъектным [Шеремет А.Н., 2003: 26]).

## Теории журналистики

### ***Теоретические основы свободы прессы***

Свобода прессы является одним из величайших завоеваний человечества. Недаром автор понятия «массовая коммуникация», выдающийся американский социальный психолог и социолог Ч.Кули писал, что «демократия формируется главным образом не благодаря переменам в официальной конституции, а в результате создания условий, при которых люди считают естественным для себя иметь и выражать свои мнения» [Cooley Ch.H., 1953; по Федотова Л.Н., 2003: 89].

Принято считать, что основы свободы прессы одним из первых обосновал великий английский поэт Д.Мильтон. Он был также активным политическим памфлетистом своего времени. Пик его творчества приходится на эпоху Английской революции. После революции в Англии цензура была фактически отменена, но в 1643 г. Долгий парламент установил строгую цензуру. Не обращая на это особого внимания, Д.Мильтон выпустил один из своих памфлетов, за что был подвергнут судебному преследованию. Это послужило непосредственной причиной его знаменитых рассуждений о свободе прессы под названием «Ареопагетика (Речь к английскому парламенту о свободе печати)» (1644 г.) [Мильтон Д.].

Д.Мильтон страстно взывал к парламенту с призывом отменить цензуру, и доводы, которые он при этом приводил, были убийственными для идей ограничения свободы прессы. В принципе, он выступал только против части закона о печати, которая касалась цензуры: «ни одна книга, памфлет или газета отныне не могут быть напечатаны иначе, как после предварительного просмотра и одобрения лиц или, по крайней мере, одного из лиц, для того назначенных». Д.Мильтон доказывал, что цели цензурных положений невозможно достичь: «этот закон ничуть не поможет уничтожению соблазнительных, революционных и клеветнических книг, — для чего он главным образом и был издан». Наоборот «этот закон прежде всего отнимет энергию у всех ученых и послужит тормозом истины, не только потому, что лишит упражнения и притупит наши способности по отношению к имеющимся уже знаниям, но и потому, что он задержит и урежет возможность дальнейших открытий как в духовной, так и в светской областях».

Вред цензуры Д.Мильтон подчеркивает следующим энергичным сравнением: «убить хорошую книгу значит почти то же самое, что убить человека: кто убивает человека, убивает разумное существо, подобие Божие; тот же, кто уничтожает хорошую книгу, убивает самый разум, убивает образ Божий как бы в зародыше. Многие люди своей жизнью только обременяют землю; хорошая же книга — драгоценный жизненный сок творческого духа, набальзамированный и сохраненный как сокровище для грядущих поколений. Поистине, никакое время не может восстановить жизни — да в этом, быть может, и нет большой потери — и длинный ряд веков часто не в состоянии пополнить потери отвергнутой истины, утрата которой приносит ущерб целым народам. Поэтому мы должны быть осторожны, преследуя живые труды общественных деятелей, уничтожая созревшую жизнь человека, накопленную и сбереженную в книгах; в противном случае мы можем совершить своего рода убийство, иногда подвергнуть мученичеству; если же дело идет обо всей печати, — то своего рода поголовному избиению, которое не ограничивается просто умерщвлением жизни, но поражает самую квинтэссенцию, самое дыхание разума, поражает бессмертие раньше жизни».

Д.Мильтон считал, что даже «вредные» книги нельзя уничтожать «без вреда для знания и основательности диспутов». Но идеи уничтожить и вовсе невозможно, т.к. они в основном проникают к людям через межличностную коммуникацию, минуя печать. Цензура, по мнению



автора «Ареопагетики», можно сравнить с человеком, который желая поймать ворон, закрыл ворота своего парка.

Кроме того, Д.Мильтон призывал довериться мудрости человеческой: «мудрый человек, подобно хорошему металлургу, может извлечь золото из самой дрянной книги как из шлаков, глупец же останется золотом с самой лучшей книгой, как и без нее». Таким образом, «нет никакого основания лишать мудрого человека выгод его мудрости, стараясь отстранить от глупца то, что все равно не убавит его глупости».

Вместе с тем, Д.Мильтон признавал, что часть печатной продукции может нести угрозу обществу. Но бороться с этой угрозой бесполезно при помощи цензурных ограничений. Это можно сделать только при помощи ограничений этических: «неписанные..., непринудительные законы добродетельного воспитания, религиозной и гражданской культуры».

Д.Мильтон намного опередил свое время. Да, он ограничивал свой призыв к свободе от цензуры, например, для пропагандистов католицизма. Но он в своих воззрениях исходил из главного тезиса о том, что человек свободен, свобода — это дар Божий. И никто не имеет права лишать его этой свободы. Для сознательной свободы действий человек должен иметь знания. Он может извлечь знания из любого сосуда, будь-то с плохой или хорошей водой. Да, человек может ошибиться или подпасть под дурное влияние. Но вина в этом будет человека, а не той информации, с которой он ознакомился. Запрет же другим людям знакомиться с такой информацией нанесет невосполнимый ущерб знаниям и свободе дискуссий.

Другой выдающийся теоретик свободы прессы Д.Миль жил через 200 лет после Д.Мильтона. Но их мысли переплетаются и дополняют друг друга. Как и Д.Мильтон Д.Миль считал свободу прессы составной частью свободы человека вообще, в особенности свободы гражданской или общественной. В своем трактате «О свободе» (1859 г.) он исследовал «свойства и пределы той власти, которая может быть справедливо признана принадлежащей обществу над индивидуумом» [Миль Дж., 2000: 288, и далее]. Причем он исследовал не только физическое принуждение общества над индивидом, но и нравственное, в том числе, через общественное мнение. Основным принципом было признано то, что люди могут индивидуально или коллективно справедливо вмешиваться в деятельность индивида только ради самосохранения, то есть свобода индивида может быть ограничена только, чтобы предупредить или прекратить действия, вредные для других людей. Если же речь идет о физическом или моральном здоровье самого индивида, то вред, который он себе наносит либо может нанести, не является достаточным основанием для вмешательства в его действия. То есть никого нельзя принуждать к действию либо бездействию на основании того, что так лучше для самого индивида.

И резюме: «Власть общества над индивидуумом не должна простирается далее того, насколько действия индивидуума касаются всех людей; в тех же своих действиях, которые касаются его самого, индивидуум должен быть абсолютно независим над самим собой, — над своим телом и духом он неограниченный господин». Это является сферой индивидуальной свободы.

К ней принадлежит свобода совести, свобода мысли, чувства, мнения. Д.Милль возражал, что свобода выражать и опубликовывать свои мысли подлежит иным условиям, нежели индивидуальная свобода. На самом деле, для индивидуума она неразрывно связана со свободой мысли и должна регулироваться так же, то есть им самим.

Д.Милль считал, что «не свободно то общество, какая бы ни была его форма правления, в котором индивидуум не имеет свободы мысли и слова, свободы жить, как хочет, свободы ассоциации, — и только то общество свободно, в котором все эти виды индивидуальной свободы существуют абсолютно и безразлично одинаково для всех его членов».

Со свободой мысли неразрывно связана свобода говорить и писать.

Для Д.Милля было уже аксиомой то, что «свобода печати есть одна из необходимых гарантий против правительственного произвола и притеснения». При этом народ не должен терпеть, чтобы власть навязывала ему определенные мнения или решала, какие мнения ему надлежит слышать, а какие — нет. Такое происходит, когда интересы власти не совпадают с интересами народа.

Причем, интересным является то, что, по мнению Д.Милля, никто, в том числе сам народ, не имеет права ограничивать свободу выражения мнений. **Такого права вообще не существует.**

Общеизвестно глубокое выражение Д.Милля: «Если бы весь род человеческий за исключением одного индивидуума был известного мнения, а этот индивидуум был мнения противоположного, то и тогда все человечество имело бы не больше права заставить молчать этого индивидуума, чем какое имел бы и сам индивидуум заставить молчать все человечество, если бы имел на то возможность». Т.е. не имеет значение, сколько человек придерживаются того или иного мнения. В случае нарушения их прав, качество действия будет одно и то же. Это качество (действий, нарушающих свободу слова) состоит в том, что они «составляют воровство по отношению ко всему человечеству, как к будущим, так и к настоящим поколениям, как по отношению к тем, кто усвоил бы себе преследуемое мнение, так и по отношению к тем, кто бы его отверг». При этом, «если мнение правильное, то запрещать выражать его значит запрещать людям знать истину и выйти из заблуждения; если же мнение неправильно — то препятствовать свободному его выражению — значит препятствовать достижению людьми не меньшего блага, чем и в первом случае, а именно: более ясного уразумения истины и более глубокого в ней убеждения, как это обыкновенно имеет своим последствием всякое столкновение истины с заблуждением».

Также Д.Милль подчеркивал, что «мы никогда не можем быть совершенно уверены, что мнение, которое намереваемся уничтожить, было мнение ложное, а если бы и были в том уверены, то уничтожение такого мнения есть также зло».

Д.Милль представил четыре доказательства того, что свобода мнений и свобода выражения мнений необходима для умственного (а, следовательно, и материального) благосостояния людей.

Первое, отрицаемое мнение может быть истинным. Считать иначе, значит считать себя непогрешимым.

Второе, даже если замалчиваемое мнение является ошибочным, оно может заключать в себе часть истины, и только при столкновении различных мнений можно установить эту истину.

Третье, если даже истинное мнение запрещено оспаривать и подвергать сомнению в дискуссии, то для большинства людей оно утрачивает рациональность и превращается в предрассудок.

Четвертое, при отсутствии возможности дискуссии доктрины теряют свое влияние на поступки людей и превращаются в ложные догмы, препятствующие зарождению искренних убеждений.

Именно на взглядах Д.Мильтона и Д.Милля построена доктрина возвращения к истине. Человек, или группа людей, или все человечество могут ошибаться. Но при условии свободы выражения мнений, при свободной дискуссии истина все равно победит, и люди вернуться к истинным взглядам. При этом никто не знает, что есть истина, а что есть ложь, т.к. непогрешимых людей просто не существует.

### ***Современные теории журналистики***

В области теории журналистики широко известна работа трех американских ученых «Четыре теории прессы», написанная в 1956 г. по заказу отдела церковной и экономической жизни Национального Совета Церквей США. Ее авторы — известные ученые Ф.Сиберт, Т.Петерсон и У.Шрамм. Двое первых были профессорами Иллинойского университета, а У.Шрамм — Стэнфордского.

При первом ознакомлении кажется, что в обосновании основ своей теории авторы изложили вполне марксистский подход, утверждая, что «пресса всегда принимает форму и окраску тех социальных и политических структур, в рамках которых она функционирует» [Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т., 1998: 16 и далее]. Хотя в самом обосновании теорий видно, что это не так. И дело даже не в системности доказательств. Если К.Маркс и его последователи прежде всего исследовали экономическую детерминанту, то американские ученые, взгляды которых мы рассматриваем, политическую (прежде всего, проблемы социального контроля). Ученые, писавшие книгу, безусловно, находились под влиянием американской школы структурного функционализма и действовали в рамках ее традиций.

Американские исследователи считают, что две основные теории прессы сложились уже в эпоху Ренессанса, а остальные две — только модификация первых.

Старейшей теорией (со времен позднего Ренессанса) является авторитарная. Предпосылкой, по мнению авторов, было мнение, что источником истины является небольшое количество мудрецов, а не большие массы людей. Пресса функционировала сверху вниз, т.е. просто информировала аудиторию о мнениях и действиях правителей. Издатель получал разрешение на деятельность от власти и был полностью власти подотчетен. Конечно, при этом функция контроля за действиями власти просто отсутствовала. До середины XVII ст. считалось, что пресса отвечает перед властью за свое содержание. Эта модель наиболее географически и исторически распространилась, она была принята почти «самопроизвольно» при достижении обществами определенного

уровня социального и технического развития. Эта модель продолжает действовать во многих государствах, причем сохраняет влияние и там, где теоретически власть от нее вроде бы отказалась в пользу либертарианской модели. К теоретическим основам авторитарной теории Ф.Сиберт (а именно он является автором частей, посвященных авторитарной и либертарианской теории) относит Платона и Макиавелли. Авторитарной модели относится и фашистский авторитаризм. Автор иллюстрировал ее такой цитатой из «Mein Kampf» А.Гитлера: «Вся пропаганда должна быть доходчивой, и ее интеллектуальный уровень должен быть подстроен к уровню восприятия самого неинтеллектуального из тех, кому она адресована. Таким образом, высота умственного накала должна быть снижена пропорционально численности масс, которые она должна захватывать... Способность масс к восприятию очень ограничена, и их способность понимать очень мала». Обращает на себя внимание, что аналогичные призывы и действия по снижению интеллектуального уровня медийной продукции предпринимают сторонники массовой прессы, которые подчеркивают, что широкий охват аудитории возможен только при примитивизации интеллектуального уровня контента.

Необходимо отметить, что сторонниками авторитарной модели прессы были Т.Гоббс, Ж.-Ж.Руссо, Г.Гегель. Т.Гоббс считал, что власть объединяет граждан и дает гарантии безопасности. Поэтому граждане должны добровольно отказаться от части своих прав в пользу государства. При этом недопустимы частные мнения по поводу разумности действий власти, т.к. сама она является главнейшим велением разума. Ж.Ж.Руссо считал, что цензурные ограничения необходимы из-за низкой культуры и низких побуждений авторов. Он сравнивал печать с беззаботным и безответственным ребенком, которого должно ограничивать уголовное законодательство. Закономерны авторитарные тенденции во взглядах Г.Гегеля с его идеалом сильной монархии. Индивид должен быть информирован о проблемах общества только как член своего сословия, а свобода говорить должна сопровождаться свободой запрета во имя разумных государственных интересов [по Ахмадулин Е.В., 2006: 39-41].

Ф.Сиберт исследовал также и авторитарные системы контроля. Авторитарные правительства, как правило, или сами непосредственно руководили масс-медиа, или давали право на ведение медийной деятельности лояльным гражданам, но в любом случае тесно контролировали медиа-средства. Но основным способом было издание «официальной» государственной прессы. Таким оно и остается во всех авторитарных государствах. Иногда применялась прямая цензура, т.е. ситуация, когда все материалы перед распространением должны были получить официальное разрешение на это. Распространенным методом контроля за прессою в авторитарных государствах являются также судебные преследования. К этому способу прибегают, если государственные медиа и система лицензирования оказываются неэффективными для контроля над контентом медиа в целом. Ф.Сиберт приводит интересную цитату из судебного решения, вынесенного главным судьей суда королевской скамьи (существовал до 1873 г.) Холтом: «Нам предлагают очень странную доктрину, когда утверждают, что попытка убедить народ в том, что продажные люди плохие правители, не есть клевета, бросающая тень на

правительство... Утверждение, что управлять делами государства значают продажных чиновников, безусловно порочит правительство. Если не призывать людей к ответу за внушение народу дурного мнения о правительстве, то ни одно правительство не сможет существовать. Всякому правительству совершенно необходимо, чтобы народ был о нем хорошего мнения. Ничто не может быть хуже для любого правительства, чем пытаться вызвать враждебное отношение к тому, как оно ведет дела. Это всегда считалось преступлением, и ни одно правительство не может чувствовать себя уверенно, если за такое преступление не наказывать». К сожалению, эти слова характеризуют убеждения не только английского чиновника XVIII ст., но и многих современных слушателей Фемиды в авторитарных обществах.

Еще один косвенный метод контроля заключался в специальных налогах на рекламу и тиражи. Таким образом, не только поднималась доходная часть бюджета, но и снижался уровень независимости прессы. На Западе такие налоги были отменены еще в 1861 г., но в некоторых авторитарных странах действуют до сих пор.

Признаком авторитарной модели прессы является также существование разрешенных и запрещенных тем (или лиц) для освещения.

Интересны предпосылки, которые, по мнению американских исследователей, стали основой для перехода к либертарианской модели. Это «развитие политической демократии и религиозной свободы, расширение свободной торговли и возможности путешествовать, переход к экономике свободной конкуренции и философский климат эпохи Просвещения». Как видим, выдвинут весьма пестрый набор разноплановых причин. Именно они, как пишут авторы «Четырех теорий прессы» привели к зарождению в конце XVII ст. либертарианской концепции. При этом позиции человека и государства меняются на противоположные. От пассивного человека авторитарной концепции с его послушанием власти и нуждой в наставлении до активного индивидуума, способного самостоятельно отличить добро от зла и выбрать свой жизненный путь. Такому нужна разнообразная информация, и пресса служит «партнером по поиску истины». Тут медиа являются не инструментом власти, а средством слежения за ней, т.е. должна быть свобода от властного контроля. Кроме того, нужен «свободный рынок идей и информации» для того, чтобы у людей была возможность сравнивать и выбирать. И большинство, и меньшинство, и сильные, и слабые должны иметь доступ к масс-медиа.

Теоретической основой для либертарианской модели послужили идеи Д.Локка, Д.Мильтона и Д.Милля. Принято считать, что функционирование либертарианской модели строится на допущениях о том, что люди хотят знать правду и руководствоваться нею, что единственным путем к правде является свободный рынок конкурирующих идей и мнений, что каждый человек не только имеет право на свое мнение, но и может свободно высказывать и отстаивать его. Право на свободу, в том числе свободу высказываний, принадлежит к природным правам. Эти права от рождения, они священны. Истоки либерализма лежат в индивидуализме, т.е. признание человека вершиной социальной действительности. При этом появляется естественное недоверие ко всему, что индивидуализм ограничивает, в т.ч. государственной власти. А одна из

основных задач медиа как раз и проявляется в том, чтобы контролировать эту власть. Это перекликалось с взглядами Д.Юма, который считал, что в Англии свобода прессы расцвела только потому, что республиканская половина власти только таким образом могла контролировать монархическую.

Теоретиком и практиком либертарианской теории был Т.Джефферсон. Он был убежден, в духе Д.Мильтона, что если отдельные граждане могут заблуждаться, то большинство примет правильное решение. Для этого индивиды должны быть образованы и информированы. Пресса, как источник информации для индивидов, должна быть свободна от государственного контроля. Функцией прессы должно было быть воспитание личности и надзор за действиями правительства. В своей инаугурационной речи при вступлении на должность Президента на второй срок Т.Джефферсон заявил, что если правительство не способно выдерживать напор критики, то оно должно уйти. Показательным является следующее высказывание Т.Джефферсона: «не может быть эксперимента интересней, чем тот, который мы теперь пытаемся осуществить и который, как мы надеемся, окончится установлением того факта, что человеком могут править разум и истина. Следовательно, наша цель состоит в том, чтобы оставить для него открытыми все пути к истине. Самый эффективный из всех до сих пор найденных путей — свобода печати. Вот почему те, кто боится расследования своих действий, первым делом закрывают прессу. Твердость, с которой народ перенес прошлые злоупотребления прессы, понимание, которое он проявил перед лицом правды и лжи, показывает, что ему можно спокойно доверить слушать все, что истинно и ложно, и что он придет к правильному суждению. И поэтому я, конечно, считаю, что открыть двери правде и укреплять привычку верить все разумом, значит создавать самые эффективные оковы, в которые мы можем заковать руки наших преемников, чтобы не позволить им одеть оковы на народ с его собственного согласия».

Только в ходе долгой борьбы общество отвоевало для прессы право критиковать действия власти и освещать ее деятельность. А истинность сведений, содержащихся в публикациях, стало защитой от судебных преследований только с середины XIX ст.

То есть, сторонники либертарианской модели признают, что вследствие плюрализма масс-медиа, часть информации, передаваемой аудитории, будет ложной, а часть мнений ошибочными. Тем не менее государство не имеет право ограничивать распространение того, что считает ложным или ошибочным. Иначе оно склонно подавлять критику в адрес власти (и мнения, которые не являются господствующими). Индивидуумы должны сами разобраться в том, что истинно, а что ложно, и отвергнуть все, противостоящее общественным интересам. Даже если временно победит ложное суждение, то вследствие процесса возвращения к истине, общество его впоследствии отвергнет. Должен быть плюрализм мнений, с тем, чтобы высказывались все, кому есть что сказать, даже если не все мнению будут в конечном счете услышаны. Издательская деятельность должна быть открыта для всех — как граждан, так и иностранцев — на основе рыночной конкуренции. Влияние государства должно быть минимизировано до крайней степени. Контр-

оль над злоупотреблениями медиа должны осуществлять независимые суды. Основной контроль над идеями осуществляется благодаря процессу возвращения к истине, а над масс-медиа — благодаря свободной рыночной конкуренции. Даже если в результате возникнут хаотические процессы с негативными последствиями, они более предпочтительней, нежели государственное регулирование.

Таких принципов США придерживалось даже в военное время. Когда во время II мировой войны Верховный суд принял решение, что в случае осознанного стремления чинить препятствия военным усилиям дискуссия является преступлением, а ее участники подлежат наказанию, защитники свободы прессы выступили против. И после окончания войны суд принял иную формулу, которая изначально была предложена судьями Брандайсом и Холмсом. Холмс сформулировал ее так: «В каждом случае вопрос заключается в том, являются ли употребленные слова такого характера и употреблены ли они в таких обстоятельствах, что создают ясную и наличествующую угрозу, что они приведут к реальным бедствиям, которые Конгресс имеет право предотвратить. Это вопрос непосредственности и степени угрозы». Эта доктрина получила название критерия ясной и наличествующей угрозы.

Пресса тоже внесла свой вклад в укрепление либертарианской модели. В XIX ст. сначала в агентствах новостей, а затем и в газетах победила «теория объективного репортажа», которую можно проиллюстрировать формулой «news not views». Этому способствовала тенденция превращения газет из средства выражения мнений в средство сообщения новостей. Теперь это стало профессиональным требованием.

Д.Меррилл в своих ранних трудах [Merrill J.C., 1974] обосновывал необходимость полной редакционной независимости как условие действительной свободы прессы. При этом моральная ответственность медиа зависит от сознательности каждого журналиста как индивидуума. Государство же не должно определять ответственность медиа, т.к. оно лишено этических целей, а регулируется исключительно законами. Д.Меррилл также отбрасывает профессиональный статус журналиста, т.к. он ведет к унификации практической деятельности и к конформизму мнений. Объективность же и честность журналиста являются индивидуальными качествами, которые зависят только от него самого. При этом большую роль играет плюрализм, который позволяет появляться разным мнениям и взглядам. В одной из своих работ Д.Меррилл даже заявлял, что Советы по прессе и этические кодексы представляют опасность для свободы прессы, т.к. являются внешними ограничителями. Позже он отошел от такого максимализма, а затем вообще перешел в лагерь сторонников теории социальной ответственности. Современные приверженцы либертарианской теории с большим пониманием относятся к роли государства в развитии медиа. Теперь это не только защита от злоупотреблений, монополизации и распределение частот, но и регулирование рекламы, помощь для исследований и обучения, непрямая (льготные тарифы или налогообложение) и даже прямая (Франция, Северная Европа) помощь [Корню Д., 2004: 79-82].

В некоммунистических странах в XX ст. либертарианская модель переродилась в новую форму, которую назвали теорией социальной ответственности. В 40-х гг. XX ст. ее принципы разрабатывала комис-

сия во главе с Р.Хатчинсом. По мнению сторонников этой модели, защита от влияния власти уже не служит гарантией доступа к медиа. Нужны также ограничения влияния владельцев масс-медиа. Пресса должна быть социально ответственной, т.е. следить за представлением всех основных позиций в обществе, чтобы у людей было достаточно материала для формирования своей точки зрения. Если пресса сама не станет социально ответственной, то нужен общественный орган, который ей поможет. Как видим, произошел своеобразный синтез либертарианской и авторитарной модели. От модели свободного рынка информации и идей американские ученые прослеживают переход к управляемой, хоть и неким общественным органом либо самостоятельно, модели. При этом возникает сложный вопрос, который не стоит в либертарианской теории: кто и по каким критериям будет определять справедливость доступа к медиа, то, какие материалы являются социально ответственными, а какие нет. Забота о своеобразном ограничении свободного потока информации служит показателем отказа, будем надеяться временного, от идей Милля и Мильтона о том, что человек сам в состоянии разобраться в вопросах добра и зла, и сам без патерналистского участия ответственен за выбор своего пути.

С.В.Бориснёв постарался обобщить главные аргументы основательниц либертарианской теории.

<b>Джон Мильтон</b> (технологическая теория): «Бог дал человеку возможность читать, поэтому цензура противоречит христианскому образу жизни»	<b>Джон Локк:</b> «Свобода печати есть производное от естественных прав личности, человек должен иметь право на свободное получение и передачу информации»
<b>Иеремия Бентам</b> (концепция утилитаризма): «Наилучшими являются те законы и правительства, которые обеспечивают свободу и гласность печати и тем самым делают счастливыми большинство людей своей страны»	<b>Джон Стюарт Милль:</b> «Свободный обмен мнениями между гражданами позволяет достичь истины, поэтому необходимо отсутствие всякой цензуры и ограничений»

[Бориснёв С.В., 2003: 242].

Т.Петерсон так определил главную посылку теории социальной ответственности: «Свобода несет с собой сопутствующие обязательства, и пресса, которая при нашей системе правления находится в привилегированном положении, обязана нести ответственность перед обществом, выполняя определенные важные функции массовой коммуникации в современном обществе. В той мере, в которой пресса признает свои обязательства и основывает на них практику повседневной работы, либертарианская система будет соответствовать нуждам общества. В той мере, в какой пресса не берет на себя свои обязательства, какая-то другая сила должна следить за тем, чтобы основные функции массовой коммуникации были реализованы». Как видим, остаются невыясненными два важнейших условия: кто и на основе каких критериев будет решать правильные или не правильные функции взяла на себя пресса, и кто будет следить за ней.



Теоретическая основа этой модели деятельности масс-медиа разработана в книгах, выпущенных Комиссией по вопросам свободы печати США после II мировой войны. Это «Свободная и ответственная пресса» и «Свобода печати: контуры принципа» (последняя написана У.Хокингом, членом этой комиссии).

Сторонники модели социальной ответственности прессы считают, что масс-медиа вследствие концентрации и большого значения стали настолько влиятельными, что уже сами представляют угрозу демократии. Таким образом, они должны или самоконтролироваться, или контролироваться со стороны государства. Последнее, по мнению большинства исследователей, несет большую угрозу возникновения тоталитарных тенденций.

Вообще, в теории социальной ответственности большая роль отводится осознанию журналистами своей ответственности перед обществом и различным журналистским этическим кодексам как средству самоорганизации. Таким образом, по мнению ученых и практиков, медиа смогут сделать свою работу более социальноориентированной и преодолеть кризис доверия и негативное отношение со стороны общества. При этом ранние американские кодексы поведения грешили тем, что рассматривали человека как существо незрелое, которым (его воспитанием) можно и нужно руководить.

Комиссия по свободе прессы выдвинула пять требований общества к прессе. Первое — это «правдивый, исчерпывающий и вдумчивый отчет о событиях дня, данный в контексте, который делает их значимыми». То есть сообщения медиа должны быть точными и правдивыми, факты должны быть отделены от мнений. Но Комиссия считает, что в первое требование входит не только сообщать факт, но и сообщать правду о факте. Имеется в виду, что медиа должны оценивать для аудитории достоверность разных источников и не дают истинной картины в контраверсионных ситуациях. Таким образом, мы вновь наблюдаем убеждение в том, что кто-то, в данном случае журналисты, имеют право определять, кто прав и кто виноват, и подавать аудитории уже такое свое мнение как истинную картину происходящего. Это представляет значительный отход от либертарианских традиций. Второе требование состоит в том, что пресса должна быть «форумом для обмена замечаниями и мнениями», т.е. масс-медиа должны рассматривать себя как средство общественной дискуссии. Должны подаваться не только те точки зрения, которых придерживается издание, но и противоположные. Третье требование состоит в создании «представительной картины тех групп, которые составляют общество». Т.е. нужно точно отражать социальные группы, чтобы избежать негативных стереотипов. Четвертое условие состоит в том, чтобы «представлять и разъяснять задачи общества и его ценности», а пятое в обеспечении «полного доступа к сведениям, полученным за день». В принципе, с большинством из этих требований пресса согласилась, но Комиссия посчитала, что это формальное согласие, не отражающее практики работы, и предложило три источника улучшения работы масс-медиа: сами медиа, общественность и правительство. Прессе вменялось осознать свою ответственность перед обществом. Общественности надлежит понять, насколько большая власть сосредоточена у прессы, насколько пресса плохо справляется со

своими обязательствами перед общественностью и, как следствие, помочь ей тремя способами. Во-первых, советуют открывать некоммерческим организациям свои медиа, которые будут работать на аудиторию, не привлекающую коммерческие медиа. Во-вторых, учебные заведения должны повысить качество подготовки, а также создать исследовательские центры для медиакритики. В-третьих, должна быть создана общественная организация для оценки работы медиа и сообщения результатов общественности. А правительство должно поощрять создание новых предприятий в сфере обмена информацией, «принимать новые средства защиты права, чтобы исправить хронические и явные злоупотребления свободой прессы». Думаю, под последним требованием с удовольствием подпишутся все диктаторы, ведь по определению «хронические и явные злоупотребления свободой» можно подвести все, что угодно. Но последняя рекомендация еще лучше. Она состоит в том, что государство «может само войти в область обмена информацией и, таким образом, дополнить частные средства информации». Думается, причина такой рекомендации в том, что в США давно нет государственных медиа и как ученые, так и практики забыли, что это такое.

Хотя некоторые принципы теории социальной ответственности оставила от либертарианской теории. Например, это признание того, что поиск и распространение истины может сопровождаться заблуждениями. Таким образом, медиа имеют право на добросовестные заблуждения. Но это не должна быть преднамеренная или безответственная ошибка.

Д.МакКуэл так резюмировал основные принципы теории социальной ответственности: медиа должны взять на себя и выполнять определенные обязательства перед обществом; эти обязательства должны выполняться с высокими профессиональными стандартами, такими как информативность, правдивость, точность, объективность и сбалансированность; медиа должны саморегулироваться в рамках закона и существующих институций; медиа должны избегать того, что может привести к преступлениям, насилиям или гражданским волнениям либо оскорбить какие-то группы меньшинств; медиа должны быть плюралистичными, отражать точки зрения и давать право на ответ; общественность имеет право ожидать от медиа высоких стандартов работы, и вмешательство можно оправдать только заботой о благе народа; журналисты и медиа-менеджмент должны быть подотчетны перед обществом так же, как перед работодателями и рынком [McQuail D., 1987: 115-118; по Бакулев Г.П., 2005: 24-25].

Сторонниками модели социально-ответственной прессы стали многие как теоретики, так и практикующие журналисты. Например, Д.Роузен считала, что польза от журналистики бывает только тогда, когда существует достаточно активная гражданская деятельность, а гражданская журналистика состоит из настоящего призвания прессы, методов журналистской деятельности и общественного движения в ее поддержку. Д.Мерит считал, что социально-ответственная журналистика — это новый тип журналистики, который имеет несколько источников и на который работают как журналисты, так и ученые, представители общественности. Социально-ответственная журналистика преодолевает недостатки всеислия либертарианской модели. Кроме

того, она отказывается от принципа отстраненности и непредубежденности. Эти принципы, по мнению Д.Мерита, были вредны, т.к. не исследовали последствия и не предлагали пути общественного выбора, а кроме того игнорировали другие мнения. Д.Мерит обобщил многие мнения и исследования и сделал вывод, что 1) жизнеспособность общественной жизни и значение журналистики неразрывно связаны между собой; 2) от журналистики, которая просто поставляет факты, не много пользы в общественной жизни, т.к. никто не может полностью переварить эту информацию; 3) целью журналистики должно стать привлечение граждан к общественной жизни. Для этого надо а) добавить к целям журналистики цель содействия нормальному активному функционированию общественной жизни и б) разработать средства достижения этой цели [Мерит Д.]. По-видимому, появление таких проповедей пламенной, адвокатской журналистики связано с тем, что уже более ста лет США практикуют либеральную модель, и уже успели забыть «преимущества» модели авторитарной. Ограничения свободы журналистского творчества конечно же предлагаются с самыми лучшими намерениями. Только результаты реализации таких ограничений могут быть самыми плачевными. Журналист не должен быть адвокатом или организатором общественности, он действительно только поставляет информацию, причем в идеале не пытается повлиять на информационный выбор аудитории.

Развитие авторитарной теории прессы привело к ее новой модификации, которую авторы назвали советской коммунистической теорией прессы. Тут был утрачен момент прибыли, а вместо позитивной присутствовала негативная свобода. Принцип партийности прямо влиял на содержание медийной продукции.

Источником для развития советской коммунистической теории прессы были труды К.Маркса, В.Ленина, И.Сталина. В этой модели масс-медиа прямо понимаются как инструмент построения нового общества. В.Ленин писал, что газеты должны быть «коллективным пропагандистом, коллективным агитатором..., коллективным организатором». В этой теории пресса контролировалась государством от имени народа, а частных масс-медиа просто не существовало.

У.Шрамм выделил такие различия между советской коммунистической и авторитарной системами прессы. Первое, в советской системе полностью не работали коммерческие факторы. Достижение прибыльности было полностью выключено не только из приоритетов, но вообще из задач масс-медиа. Это привело к исчезновению конкуренции и борьбы за аудиторию.

Второе, если авторитарные системы ограничивают функции масс-медиа (запрещают, например, критиковать режим), то в советской системе пресса имела позитивные функции (например, повышать политическую сознательность, критиковать отдельные действия функционеров и т.д.).

Третье, при советской системе масс-медиа конструктивно и функционально предназначались для осуществления перемен и развития, а не на сохранение статус-кво, как это происходило в авторитарных.

Четвертое, были разные причины осуществления руководства прессой. Если в авторитарных моделях это было, в основном, божественное право, то в советской основывалась на экономическом детерминизме,

на стремлении к установлению господства одного класса, а затем движению к бесклассовому обществу.

Пятое, советские масс-медиа были более интегрированы в государственную машину, нежели масс-медиа авторитарных государств.

При этом У.Шрамм считал ошибочным отождествление нацистской и советской систем прессы. Он считал, что графически нацистскую систему можно поместить между старой авторитарной и советской. Американский ученый видел такие основные отличия между этими системами. Первое, они создавались на принципиально различных философских основаниях. Это привело к материалистическому детерминизму советской прессы и мистицизму нацистской. А второе, нацистские медиа были, в основном, частными, а советские — общественными и государственными. Видел американский исследователь и некоторые другие отличия.

В качестве обобщения американские ученые составили такую таблицу:

	<b>Авторитарная теория</b>	<b>Либертарианская теория</b>	<b>Теория социальной ответственности</b>	<b>Советская тоталитарная теория</b>
Получила развитие	В Англии XVI и XVII веках была широко распространена и все еще применяется	Была принята Англией после 1688 г и в США; влиятельна повсеместно	В США в XX веке	В Советском Союзе, хотя некоторые элементы практиковались нацистами и итальянцами во многих странах
Основания	Философия абсолютной власти монарха, его правительств или обоих	Работы Мильтона, Локка, Милля и общая философия рационализма и естественных прав	Работы Хокинга, Комиссия по свободе прессы и практикующие журналисты, этические кодексы медиа	Марксистско-ленинское-сталинское учение с при-месью Гегеля и русской философии XIX в.
Главная цель	Поддерживать и проводить политику действующего правительства и обслуживать государство	Информировать, развлекать и продавать, но в основном помогать находить истину и контролировать правительство	Информировать, развлекать и продавать, но в основном переводить конфликт на уровень обсуждения	Способствовать успеху и поддержанию советской социалистической системы, в частности диктатуры партии
Кто имеет право использовать медиа?	Всякий, кто получает королевский патент или подобное разрешение	Всякий, у кого есть средства на это	Всякий, у кого есть что сказать	Преданные и проверенные члены партии

Как контролируются масс-медиа?	Правительственные патенты, гильдии, лицензирование, иногда цензура	Посредством «процесса возвращения к истине» на «свободном рынке идей» и в судах	Общественное мнение, действия потребителей, профессиональная этика	Надзор и экономические или политические действия правительства
Что запрещено?	Критика политической машины и чиновников	Клевета, непристойность, неприличное поведение, антиправительственная пропаганда в военное время	Серьезное вмешательство в сферу прав личности и жизненно важных общественных интересов	Критика задач партии, что не распространяется на практику партии
Вид собственности	Частная или общественная	В основном, частная	Частная, если правительство не вынуждено взять в свои руки, чтобы обеспечить общественные интересы	Общественная
Существенные отличия от других теорий	Инструмент проведения политики и не обязательно в собственности	Инструмент контроля за правительством и удовлетворение других нужд общества	Медиа должны стать социально ответственными, в противном случае кто-то должен заставить их быть таковыми	Медиа принадлежат государству, жестко им контролируются и являются его орудием

Анализируя эту таблицу, мы можем подтвердить вывод о том, что модель социальной ответственности является отступлением от идей Мильтона, Локка, Милля и своеобразным синтезом авторитарной и либертарианской модели. Медиа уже не должны просто отражать действительность, людям уже не доверяют самим разбираться в происходящем. Медиа обязаны «переводить конфликты на уровень обсуждения», отвергается «свободный рынок идей» и «процесс возвращения к истине», вместо этого запрещается «вмешательство в сферу личности и жизненно важных общественных интересов» (а контролировать это должно «общественное мнение» или правительство, которое может быть «вынуждено взять <медиа> в свои руки, чтобы обеспечить общественные интересы»). Более того, «кто-то» должен заставлять медиа быть социально ответственными. Таким образом, мы видим рецидив авторитарного мышления, когда признается, что «кто-то» может за потребителей решать, что является социально полезной информацией, а что нет. В этом случае, под предлогом защиты интересов общества ограничиваются свободный поток идей и информации, а также права людей на получение той информации, которую они считают нужной. К счастью, современные информационные технологии вряд ли позволят реализовать такие идеи в полной мере.

В 1995 г. учеными Илинойского университета была опубликована монография «Последние права. Ревизия четырех теорий прессы», где четыре теории прессы были подвергнуты пересмотру. В частности, была подвергнута критике либертарианская доктрина за игнорирование проблем финансово-экономической зависимости медиа от корпоративного и рекламодательского капитала. В отношении теории социальной ответственности было сделано дополнение об ответственности за масс-медиа не только журналистов, но и аудитории, значительная часть которой подпадает под влияние консьмеризма и становится равнодушной к функциям общественных масс-медиа. Авторитарная же теория критиковалась с позиций большего разнообразия проявления авторитарных тенденций в современную эпоху [Землянова Л.М. а, 1999: 11-12, 230, 252].

### ***Иные теории и модели журналистики***

«Четыре теории прессы» сыграли выдающуюся роль в современной науке о журналистике. Но параллельно осуществлялись и иные попытки обобщить теоретические и практические представления о деятельности масс-медиа.

В конце 90-х гг. XX ст. интересную идею выдвинули К.Кристианс, Т.Глассер, Д.МакКуэл, К.Норденстренг и Р.Уайт. Они предложили классифицировать медиа по пяти парадигмам и четырем ролям: 1) сотрудничество с государственной властью; 2) осуществление контроля за политической властью; 3) способствование общественному диалогу; 4) вызов существующему социальному порядку с помощью подлинной критики [Nordenstreng K., and Pielilainen J., 1999: 147; по Бакулев Г.П., 2005: 17].

К либертарианской концепции прессы близка доктрина «свободного потока информации», которая была выдвинута в Женеве в 1948 г. на заседании подкомиссии по свободе информации и прессы Комиссии

по правам человека Экономического и социального совета ООН [Бирюков Н.С., 1977]. Эта доктрина активно поддерживалась развитыми западными странами в противоположность позиции сторонников нового международного информационного порядка. Информация тут рассматривается как товар, который распространяется по принципам свободной рыночной торговли. Сторонники этой позиции считают, что в наше время информация утрачивает функции идеологической борьбы и становится обычным товаром для глобально информационного рынка.

Страны третьего мира, которые не могли в силу экономической слабости противостоять Западу в условиях свободной конкуренции, считали теорию свободного потока информации проявлением информационного империализма и выдвинули идею нового международного информационного и коммуникационного порядка (1970-е гг.), который должен действовать по квотному принципу и, таким образом, защитить их культурную идентичность и точку зрения. После конференции неприсоединившихся стран в г. Найроби (1976 г.) для рассмотрения ситуации и выработки рекомендаций была создана международная комиссия во главе с ирландским политиком и общественным деятелем Ш.МакБрайдом. Итоговый доклад этой комиссии был одобрен в 1980 г. на Генеральной конференции ЮНЕСКО в г. Белграде и опубликован под названием «Многоголосый, но единый мир». В нем делался упор на необходимость сохранения культурного разнообразия, а также медиа слабых стран. Эти страны необходимо защитить в информационной сфере от мультинациональных корпораций. Был отвергнут взгляд на информацию как на объект рыночной торговли. Вместо этого она была провозглашена социальным благом и продуктом культуры. Коммуникации же сравнивались с воздухом и солнечным светом, на которые все имеют равные права. Этот подход вылился в концепцию коммуникации как общей собственности всего человечества.

По мнению критиков, культурный империализм был направлен на 1) укрепление условий социальной, экономической, политической и культурной зависимости; 2) разрушение национальной идентичности и распространение ценностей потребления и внутреннего колониализма; 3) формирование привилегированных условий для реализации интересов городского населения и вестернизированной элиты; 4) создание в обществе при помощи международной рекламы психологической атмосферы сиюминутного потребления в противовес инвестициям в образование, здравоохранение, инфраструктуру [Шиллер Г., 1984; Назаров М.М., 2003: 78-79].

Позже, в 1990-е гг. возникла концепция нового «нового порядка». Основное ее положение — борьба всех общественных сил и течений за демократизацию информационных связей против прессинга правительств и транснациональных корпораций.

Тогда же на 25-й Генеральной конференции ЮНЕСКО была провозглашена Новая коммуникационная стратегия. Была поставлена задача помочь слабо развитым в информационном плане странам в развитии информационных средств и структур. Это делалось для облегчения права людей на свободный доступ к источникам информации.

Фактически примыкала к либертарианской теории доктрина справедливости. Ее расцвет приходится на середину XX ст. Считалось,



что финансовая прибыльность медиа от рекламы и продажи служат достаточной гарантией их высокой объективности. Позже эту доктрину пытались модернизировать и заменить на доктрину справедливости.

Последнюю называют еще доктриной равных возможностей. Ее сторонники ставят задачу защиты медиа от коммерциализации для выполнения ими своих социальных функций. Дискуссии в основном ведутся вокруг равных возможностей на демократический доступ к масс-медиа. Сторонники доктрины считают, что все имеют право голоса, и это право надо гарантировать. В особенности это касается контрарных точек зрения.

Г. Лассуэлл вместе с другими учеными выдвинул олигархическую модель деятельности медиа. По своей сути, она близка к авторитарной модели Ф. Сиберта. Имеется в виду вертикальный тип сообщения, когда последнее превращается в инструмент для манипулирования информацией в пользу определенной позиции. Такая модель носит линейный характер и рассчитана на пассивную аудиторию. Масс-медиа тут выступают в качестве инструмента внедрения в аудиторию нужных идей. Противоположной позицией является партисипационная модель, при которой в медиа действуют горизонтальные интерактивные связи [Землянова Л. М., 1999: 153].

Выделяется также теория для медиа периода развития (или для медиа развивающихся стран). Тут от медиа ждут поддержки режима и его усилий по экономическому развитию. Считается, что таким образом медиа помогают обществу, т.е. не критикуют режим пока страна не достигла определенной степени развития. Для медиа развивающихся стран выделяются общие черты. Это отсутствие развитой коммуникационной инфраструктуры, профессионального мастерства, производственных и культурных ресурсов, слабая аудитория, зависимость от развитых стран в техническом, профессиональном и культурном плане. Медиа, согласно этой модели, должны резко противодействовать иностранной зависимости, выступать за экономическое и политическое развитие, против произвольного авторитаризма, за автономию и культурную идентичность. Перед главной целью — строительством нации — должны отступать определенные свободы медиа и журналистов.

Интересной является также теория демократического участия, или партиципаторная теория. Тут упор делается на горизонтальную коммуникацию в развитых обществах. Она направлена против коммерциализации и монополизации масс-медиа, за признание необходимости централизованных институтов общественного вещания. Медиа должны быть направлены на удовлетворение потребностей активных получателей информации. Таким образом, однородные и централизованные медиа должны уступить место интерактивным, локальным, деинституализованным [Бакулев Г. П., 2005: 27-30].

В середине XX ст. возник термин «новый журнализм». Он обозначал отход от канонов объективного репортажа в сторону свободного эмоционального выражения своих взглядов и оценок.

Стоит также остановиться на идеях новой объективности. Ее сторонники считали, что нельзя останавливаться только на констатации фактов, а надо раскрывать причины, по которым они происходят. Это совпадает с идеями социально-ответственной журналистики.

Еще одни критики концепции объективности, сторонники идеи справедливости и баланса считали, что под прикрытием доктрины объективности масс-медиа служат не общественности, а рекламодателям и большому бизнесу. Они ратовали за представление максимально большого спектра точек зрения общественности.

Технические новации привели к превращению пассивной аудитории масс-медиа в активных пользователей информационных магистралей, где позиции коммуникатора и реципиента часто меняются. Это явление получило название нового коммуникационного процесса.

Одновременно ускоряются процессы консьюмеризации аудитории. Этому способствует активная деятельность рекламного бизнеса и индустриализация культуры, т.е. образование информтоварной базы стереотипных образов и представлений. Для такой аудитории становится обычной индифферентная позиция по отношению ко многим социальным проблемам, в частности к качеству массовой информации.

Пессимизмом пронизаны предсказания авторов футурологической концепции изменения информационной среды. Они считали, что на рубеже XX и XXI вв. произойдет следующее: 1) сокращение публичной сферы масс-медиа вследствие ее приватизации; 2) переход от либертарианской модели к неолиберализму как идеологической основе подчинения масс-медиа принципам свободного рынка; 3) усиление власти информационных транснациональных олигополий; 4) сокращение публичной сферы также вследствие индивидуализации спроса на информацию в условиях развития Интернета [Землянова Л.М. а, 1999: 50-52, 60-61, 63, 141, 146-147, 197].

Большинство авторов считают, что масс-медиа играют значительную, иногда даже решающую роль в жизни общества. Некоторые описывают эту роль как позитивную, некоторые — наоборот. Но все согласны с тем, что медиа прямо влияют на общественные отношения, хотя и идет спор о мере их влияния. Именно поэтому сформулированы доктрины «независимого наблюдателя», «сторожевого пса демократии», «оппонента власти». Тем интереснее взгляды Г.Альтшулла, который считает все эти доктрины проявлением профессионального фольклора и мифологемами. По мнению этого автора, масс-медиа на всем протяжении своей истории были не более чем простым, чаще слепым, летописцем чужих действий. Активную роль масс-медиа играли только в том случае, когда становились агентами определенных политических или общественных сил. В настоящий момент для выработки самостоятельной роли медиа, надо осознать их истинную задачу — описывать картину реальности для того, чтобы люди могли принять верные решения. При этом формулируется семь законов журналистики, из которых внимание на себя прежде всего обращают три. Первый определяет то, что пресса всегда является агентом тех, кто обладает политической и экономической властью. Независимость масс-медиа отсутствует, хотя они могут выступать как самостоятельная сила. Второй гласит, что содержание масс-медиа всегда отражает политику тех, кто их финансирует. А седьмой является выпадом в сторону теоретиков масс-медиа и заявляет, что практика медиа всегда отличается от теории [Altshull G.H., 1984; по Засурской И.И., 1999: 39-40].

Борьбой за лучшее отображение общественных нужд отмечено движение коммунитаризма или гражданской журналистики. Это движение считает, что масс-медиа должны повернуться лицом к проблемам комьюнити, т.е. местных общин, и способствовать их развитию. Коммунитариянцы предложили журналистам добровольно принять на себя ряд обязанностей. «1. Журналисты должны публиковать материалы, которые объединяют людей, а не разъединяют. 2. Журналисты должны давать членам обществ или отдельной общины то, что нужно им, а не то, что журналисты думают, что им нужно. 3. Журналисты должны работать с хорошими новостями и такими материалами, которые не навредят духу коммуны, а, наоборот, будут ее объединять и развивать. 4. В своем профессиональном сообществе журналистам следовало бы выработать общие этические правила, и они не должны поддаваться соблазну действовать сообразно ситуации. 5. Журналисты должны отказаться от либерального отношения к гражданским правам... 6. Журналисты должны отказаться от устаревшей концепции профессиональной автономии и редакционной независимости, а также от индивидуализма... 7. Журналисты должны освещать новости точно, с учетом разных точек зрения, по существу и полно. 8. Журналистам следовало бы придерживаться «незыблемых» нормативных принципов правдивого изложения фактов и соблюдать право общественности на информацию. 9. Журналисты должны понимать, что «моральные принципы универсальны и абсолютны». 10. Журналисты должны понимать, что «всеобщая солидарность является нормативным стержнем социального и морального порядка». 11. Журналисты должны понимать всю фальшь, заключенную в концепции «четвертой власти» или функции «сторожевого пса». 12. Журналистам следовало бы понимать, что просветительская философия прессы «создает путаницу в определении политики и миссии медиа и исключает из повестки дня важные этические проблемы». 13. Журналисты должны отказаться от индивидуализма эпохи просвещения» [по Дэннис Э., Мэррилл Д., 1997: 257-258]. При этом коммунитариянцы, похоже, пытаются заменить объективизм на субъективизм журналистов. От того, что это будет субъективизм с лучшими намерениями суть не меняется. Призыв к публикации материалов, объединяющих людей, благороден. Но журналисты должны отражать то, что происходит. И если действуют, к примеру, этнические преступные группировки, то не журналисты виноваты в том, что это порождает предубеждение к другим представителям этой национальности (хотя, безусловно, всегда должны проводить четкую грань между преступниками и добропорядочными людьми). И вообще понятие объединения-разъединения носит оценочный характер. Оно легко для декларации, но трудно для исполнения. То же относится к пожеланию публиковать материалы, нужные членам общины. Любое общественное образование состоит из разных людей и с разнообразными пожеланиями. Большинство других требований также носят декларативно-негативный по отношению к журналистам характер. И главное: журналист не должен пытаться выступать на стороне каких-то движений, его задача как можно адекватней отражать существующую реальность. Хотя, безусловно, призывы придерживаться этических принципов актуальны всегда.

Господствующую роль массовой коммуникации через массовость и как прямое, так и скрытое воздействие разрабатывает теория гегемонии массовой коммуникации. Эта парадигма Н.Пулантзаса и Л.Альтюссера основывалась на положениях критической теории о медиа как механизме влияния на общественные изменения.

Российский ученый Ф.И.Шарков выдвинул теорию эгалитарной массовой коммуникации. Ее основное положение заключается в равном предоставлении всем гражданам права на выбор канала получения информации.

Также стоит упомянуть о советской социологической школе массовой коммуникации, в которой она рассматривалась как вид социального общения, возникающий в условиях индустриализации и урбанизации. Для возникновения массовой коммуникации предполагалась общность социальных чувств и опыта. Значительное влияние уделялось идеологической пропаганде [Шарков Ф.И., 2003: 26-27].

Кардинально иную систему исторической типологии журналистики предложил известный российский исследователь Е.П.Прохоров. Он на основе фундаментальных социально-классовых ориентаций выделил феодально-монархические, религиозно-клерикальные, буржуазные, социалистические типы журналистики с перспективой формирования нового типа — общегуманистического. По мнению российского ученого, первый этап начался сразу после возникновения прессы. Целью тут было укрепление монархии, а идеологической основой — положения о богоизбранности суверена. Религиозно-клерикальная журналистика действовала, в основном, в эпоху феодализма. Она проповедовала религиозную идеологию и была союзником изданий феодально-монархического типа. Остатки изданий этих типов существуют и в наши дни. Буржуазная журналистика возникла в эпоху перехода от феодального строя к капиталистическому. Она неоднородна по своей сути (можно, к примеру, разделить на качественную и массовую прессу), испытывает сильное давление капитала (через рекламу) и государства (через утечки информации). Социалистическая журналистика развивалась с середины XIX ст. (Новая Рейнская газета), а затем раскололась на два направления — социал-демократическая и коммунистическая [Прохоров Е.П., 1998: 112-118].

Отдельную системную теорию политической коммуникации вывели немецкие ученые. При этом политическая коммуникация определяется как отношения между политико-административной системой, системой масс-медиа и общественностью. Задача политической системы состоит в выработке общеобязательных решений, а задача масс-медиа — в публикации сведений о людях и событиях. Т.е. эти системы являются автономными частями более общей социальной системы [Чопп К., Донгес П., 2001: 116].

Стоит также остановиться на конструктивной модели В.Гемсона. Он подчеркивает новый аспект массовой коммуникации: не политическая коммуникация формирует поведение человека, а устойчивые политические пристрастия, которые уже имелись. Масс-медиа могут только активировать эти пристрастия. Конструктивная модель рассматривает поведение человека с точки зрения когнитивной психологии, т.е. пытается интерпретировать его поведение. Кроме того, исследуются не мотивы принятия электоральных решений, а суждения о

социальных и политических вопросах. При срезе общественного мнения конструктивисты обращаются не к закрытым, а к открытым видам вопросов. Массовая коммуникация рассматривается как часть системы культуры и поэтому изучается язык и символы политического дискурса. Набор метафор, ключевых фраз, обращений к принципам и т.д. образуют определенную структуру. В.Гемсон употребляет термин упаковывание, имея в виду, что так организовывается информация. Каждая упаковка имеет внутреннюю структуру, навязанную фреймом. Фреймы организуют взгляд на мир как журналистов, так и читателей. Формируют упаковку культурные резонансы, активность спонсоров и практика масс-медиа. Спонсорами в данном случае являются те, кто заинтересован в продвижении информации. Даже в США от них исходит до 60 % информации, появляющейся на страницах газет. Но это не означает меньшую активность журналистов. Часто они весьма критично интерпретируют материалы спонсоров, вкладывая в них иную коннотацию [Почепцов Г.Г. d, 1999: 28-31].

Вообще, конструктивизм имеет естественно-биологические корни и особую релевантность для понимания журналистских и создаваемых в медиа реальностей. Представители конструктивизма отрицают теорию отражения и реалистические концепции восприятия, считая объективное познание принципиально недостижимым. Конструктивисты, в отличие от представителей солипсизма, не отрицают существования объективной реальности, но не считают возможным её познание. Конструктивисты вообще считают, что познание базируется не на корреспондировании с внешней реальностью, а всегда и обязательно на жизнеспособных конструкциях наблюдателя, то есть субъекта познания. Но эти конструкции — не индивидуальные творческие акты, а сознательно управляемый процесс, а явление, обусловленное естественной культурой, историей, языком и, конечно, медиа, которые в современном обществе являются центральными инстанциями социализации. С точки зрения конструктивистов, нельзя ожидать, что сообщение вызовет у реципиента ту реакцию, которую планирует коммуникатор. Конструктивизм считает нормальным неправильное понимание сообщения, невозможность успешной коммуникации и большое количество условий любого акта коммуникации: одинаковый язык, знание ситуации, мотивов и т.д. То есть получатель сообщения является его активным создателем, так как именно он определяет значение высказывания. Журналист также является активным творцом действительности, а не пассивным передатчиком новостей, отражающих реальность. Он автономно конструирует действительность. При этом вопрос о соотношении такой сконструированной реальности с действительной остается открытым [Пьорксен Б., 2011: 209-211].

Теория международной коммуникации, которую разрабатывали М.Меккель, Г.Шиллер, Ф.Шлезингер, исследует роль и значение культурных дискурсов в эпоху глобализации. Ученые пришли к выводу, что посредством публицистических дискурсов все равно транслируются универсальные культурные стандарты и выражаются партикулярные интересы. Также были сделаны выводы по отношению к глобальной и локальной идентичности: 1) публицистическая гетерогенизация ведет к политической интеграции; 2) публицистическая гомогенизация ведет к

политической дезинтеграции. Контуры существующего информационного порядка были признаны связанными со «свободным потоком информации»: децентрализацией и плюрализмом масс-медиа, освобождением их от государственного контроля, поддержкой частных медиа, предоставлением свободы для присутствия иностранных масс-медиа. Но была представлена и другая позиция, согласно которой свободный поток информации ведет к гомогенизации международной публичности по причине преобладания информационной продукции транснациональных концернов. Это вредит политической интеграции и идентичности локальных культур [Назарчук А. В., 2002].

Вообще, интересно проследить развитие теорий в области международной журналистики. В начале 60-х гг. XX ст. Б.Коэн сделал вывод о симбиотических отношениях между масс-медиа и властью в области международных отношений. Тут пресса выступала не контролером, а партнером и советчиком. После появления телевидения возникли новые теории: производства консенсуса с исполнительной и элитной версией Чомского и Хелмана, а также В.Беннета и Галлина; теории Алтшулла и Волсфелда; а также эффект CNN, разработанный П.Робинсоном.

Теория производства консенсуса подчеркивает, что власть способна влиять на журналистов в вопросах зарубежной политики, а журналисты склонны к самоцензуре и восприятию событий через призму культуры и политики соответствующих элит. Исполнительная версия этой теории, разработанная Чомским и Хелманом в 1988 г. утверждает, что масс-медиа в области международных отношений следуют приоритетам правительства и не критикуют его.

Элитная версия Беннета и Галлина говорит об отражении медиа взглядов политических элит вообще. Это происходит вследствие принципа нейтральности. Журналисты отражают все голоса, но голоса элит слышны громче и профинансированы лучше.

Алтшулл в своей теории утверждал, что основные каноны журналистики — пресса свободна от постороннего влияния, пресса служит праву народа знать, пресса старается узнать и представить правду, пресса отчитывается о фактах честно и объективно — облегчают манипулирование властью масс-медиа. Причиной являются несоответствие канонической реальности и симбиотические отношения между масс-медиа и властью. В 1984 г. в результате своего исследования Алтшулл заявил, что содержание масс-медиа отражает интересы тех, кто их финансирует, т.е., в основном, транснациональных корпораций.

Что касается эффекта CNN, то причиной разработки теории стала речь Дж.Буша при введении американских войск в Сомали. Президент США заявил, что его решение появилось в ответ на репортажи CNN. Хотя впоследствии выяснилось, что интенсификация трансляций из Сомали возникла не до, а после решения о введении войск, теория, которая исследует влияние телевидения на внешнюю политику, была признана актуальной. П.Робинсон попытался выяснить, в каких условиях проявляется эффект CNN. Это ситуации политической неопределенности и эмоциональный накал выступлений телевидения [Ворожко Т., 2007: 82-84].

Попытку критически переосмыслить «Четыре теории прессы» с позиций XXI в. предприняли Дэниель С. Халлин и Паоло Манчини. В своей работе «Современные медиасистемы: три модели отношений СМИ

и политики» [Галлин Д.С., Манчини П., 2008] проведен анализ 18 медиасистем стран Западной Европы и Северной Америки. Ученые выделяют три основных модели медиасистем. Это либеральная модель, которая доминирует на территории Великобритании, Ирландии, Северной Америки; демократическая корпоративистская модель (Северная Европа); модель поляризованного плюрализма (Средиземноморье). Для первого типа модели характерно доминирование коммерческих медиа, которые регулируются рыночными механизмами; для второй — исторически сложившееся сосуществование коммерческих медиа и тех, которые основаны социальными и политическими группами, при относительно активной роли государства в их регулировании; третья модель характеризуется интеграцией медиа в партийную политику, низким уровнем развития коммерческих медиа и сильной ролью государства. Авторы строили свой анализ на сравнении следующих параметров: 1) развитие медиарынков и массовой прессы; 2) политический параллелизм (связь медиа и политических партий); 3) журналистский профессионализм; 4) уровень и природа государственного вмешательства в деятельность масс-медиа. При этом важным критерием выступает как тиражи медиа (тут лидирует Северная Европа, затем страны либеральной модели, а меньше всего тиражи в странах Южной Европы), но и роль медиа в процессе социальной и политической коммуникации. Газеты Средиземноморья носят элитарный характер, их содержание сложно и политизировано, можно говорить, что они участвуют в процессе горизонтальной коммуникации между группами элит. Газеты двух других моделей ориентированы в массового читателя. Они выступают в вертикальном процессе коммуникации, связывая элиты и рядовых граждан (хотя могут быть задействованы и в переговорах между элитами).

Средиземноморская модель (модель поляризованного плюрализма) характеризуется небольшими тиражами печатных медиа, преобладающей ролью телевидения. Газеты, в основном, экономически слабы, высок уровень политического параллелизма. Плюрализм носит внешний характер, часто пресса лоббирует интересы конкретных групп элит и служит для них, а также государства инструментом политики. Журналистика слабо профессионализирована и не отделена от политики, свобода ее ограничена. К странам этой модели Дэниель С. Халлин и Паоло Манчини отнесли Францию (она за несколькими параметрами является исключением), Грецию, Италию, Португалию и Испанию.

Северо/центральноевропейской модели, или модели демократического корпоративизма присущ высокий уровень тиражей газет, раннее появление свободы прессы. Историческое наследие политического параллелизма, журналистики комментариев и внешнего плюрализма постепенно исчезает, уступая место нейтральному профессионализму и информационно-ориентированной журналистике. Уровень профессионализма высок, а свобода прессы сосуществует с относительно сильной регуляторной и субсидирующей ролью государства. К этим странам относится Австрия, Бельгия, Дания, Финляндия, Германия, Нидерланды, Норвегия, Швеция и Швейцария.

Североатлантическая или либеральная модель также характеризуется ранним утверждением свободы слова и появлением массовой прессы, но уровень тиражей тут ниже, чем в странах Северной Европы.

Тут наблюдается господство коммерческих медиа при низком уровне политического параллелизма, внутренний плюрализм (за исключением Великобритании), высокий уровень профессионализма журналистики. В странах либеральной модели политическое влияние низкое, но высокий уровень влияния коммерческого, журналистика носит информационно-ориентированный характер, роль государства ограничена.

В целом, авторы исследования делают вывод о сближении различных моделей. Нарождающаяся глобальная медиакультура более схожа на либеральную модель журналистики. На сегодняшний день они выстраивают такую модель показателей медиасистем по основным параметрам.

	<b>Модель поляризованного плюрализма</b>	<b>Демократическая корпоративистская модель</b>	<b>Либеральная модель</b>
Уровень тиражей прессы	низкий	высокий	высокий
Уровень политического параллелизма	высокий	высокий	низкий
Уровень профессионализации	низкий	высокий	высокий
Уровень вмешательства государства	высокий	высокий	низкий

[Галлин Д.С., Манчини П., 2008: 261].

Исследование Дэниель С. Халлин и Паоло Манчини ценно тем, что авторы опирались не только на политические оценки, но и на коммерческие показатели. То есть рассматривали масс-медиа как целостный общественно-коммерческий продукт. Конечно, предложенная система моделей носит несколько условный характер, так как трудно подогнать национальные модели стран, находящихся в одной географической зоне к единому знаменателю. Об этом свидетельствую и многочисленные исключения (Франция в корпоративистской модели, Великобритания, Ирландия, Канада — в либеральной). Ценность исследования еще и в том, что авторы фиксируют сближение моделей различных стран во круг либеральных образцов, т.е. на значительном фактическом материале строят прогноз развития европейско-североамериканских медиа на ближайшее время.

### **Теория повестки дня М.МакКобса и Д.Шоу**

Авторы теории повестки дня (agenda setting) провели исследования масс-медиа, которые показали, что масс-медиа придерживаются, в принципе, одинаковых приоритетов в выборе основных тем для освещения [McCombs M.E., Shaw D.L., 1972: 176-187] (соответствующая гипотеза появилась еще в начале 60-х гг. XX ст. [Cohen B.C., 1963]). То есть одни события освещаются в масс-медиа, другие — замалчиваются. Так



как масс-медиа привлекают внимание общества к определенным проблемам, они становятся актуальными, хотя иногда являются довольно далекими от реальных потребностей аудитории. В подтверждение этого приводятся данные исследований, согласно которым общественное мнение и содержание газет являются практически идентичными, т.е. уделяют приблизительно одинаковое внимание различным проблемам. Но для ряда проблем (например, инфляция или уровень безработицы в 60-70 гг.) не было реальных оснований для такой реакции. Делается вывод, что масс-медиа часто сами конструируют проблемы, привлекая к ним внимание аудитории. При этом исследователи постарались выяснить какие проблемы и почему оказываются в фокусе освещения масс-медиа. М.МакКобс и Д.Шоу считали, что масс-медиа самопроизвольно переключают внимание аудитории на те или иные актуальные вопросы. При этом может произойти смещение акцентов, но невозможно создать искусственную актуальную проблему и удерживать на ней длительное время внимание аудитории.

Конечно же, данная теория рассматривает, прежде всего, область информирования. Однако именно тут происходит активное формирование общественного мнения. Медиа, вольно или невольно, активно влияют на него, ставя в фокус освещения определенные события и проблемы. Авторы теории особо отмечали тот факт, что масс-медиа не только сообщают о событиях, но и определяют степень важности того или иного события для аудитории. В частности, медиа в период предвыборных дебатов определяют степень важности проблем, о которых говорят кандидаты и, таким образом, влияют на электоральный выбор, т.к. аудитория склонна голосовать за тех, кто поднимает и обещает решить актуальные проблемы.

Особое внимание следует уделить деятельности журналистов. Фрагментарность выбора журналистами тем для сообщений, их приоритеты получают особое значение в свете теории повестки дня.

М.МакКомбс выделил несколько достаточных условий для достижения эффекта от передачи информации. Это регулярность и длительность передачи информации (то есть, как долго она воздействует на аудиторию) и близость к непосредственному опыту индивида (информация, которая не касается этого опыта, легче воздействует на установки индивида).

Вообще то, теория повестки дня родилась из инициативы двух американских исследователей журналистики, которые в 1968 г. решили на практике проверить, как размещение новостей на первых страницах газет влияет на установки аудитории. За основу они взяли газету «Charlotte observer» (Северная Калифорния). Эта газета выходила несколько раз на протяжении дня для предместий (с утра) и самого города (вечером). Исследователи использовали то, что при этом несколько менялись информационные приоритеты: на первой странице появлялись свежие новости, а старые вытеснялись. Кроме того, был проведен контент-анализ самой газеты и опрос неопределившихся избирателей (в округе Чапел-Хилл) относительно мотивов голосования на выборах президента США. Однако это исследование было лишь первым шагом.

Ученые исходили из того, что большинство сведений об окружающем мире (в частности, в области политики) индивид получает через

масс-медиа. При этом медиа не просто сообщают о событиях, но, при помощи разнообразных средств привлечения внимания, акцентируют и делают ударение на одних новостях в ущерб другим. Это ведет к структурированию взглядов аудитории и выстраиванию шкалы приоритетов событий. То есть «порядок новостей стает, в определенной мере, порядком восприятия обществом окружающего мира. Иначе говоря, новостные медиа определяют общественную программу, устанавливая для общества то, что оно должно выделить, воспринять как толчок к раздумьям и, возможно, к определенным действиям» [Мак-Комбс М., 2007: 28].

Авторы теории в целом разделяли взгляды своего предшественника Б.Коэна, который считал, что хотя медиа и не определяют, что думать людям, но они часто влияют на то, о чем думать людям. Другим духовным отцом теории повестки дня они считали выдающегося американского журналиста и ученого У.Липпманна, который считал, что новостные медиа открывают окно в мир, существующий за пределами нашего непосредственного опыта, и определяют наше восприятие этого мира. То есть человек воспринимает не реальный, а квазимир, созданный новостными медиа. Естественно, своими разработками М.МакКомбс и Д.Шоу вступили в противоречие с научными теориями П.Лазарсфельда и Дж.Клеппера.

Основное положение теории повестки дня состояло в том, что «темы, на которые делался упор в новостях, со временем публика начала воспринимать как важные, то есть медийная программа задавала повестку дня общественной программе» [Мак-Комбс М., 2007: 32]. Для верификации этой гипотезы и проводилось Чапель-Хильское исследование. Среди избирателей, которые еще не определились со своим выбором во время президентской гонки 1968 г. провели опрос относительно тем, которые они считали важными. Темы были проранжированы в зависимости от частоты упоминания. После этого провели контент-анализ девяти основных информационных источников (пять газет, два телеканала и два журнала), о которых упоминали опрошенные. Тут выделялись темы, о которых наиболее часто упоминали. Исследователи обнаружили фактически полное соответствие как перечня важнейших проблем, так и их ранжирования по важности. Эти выводы подтвердили и многие другие полевые исследования.

Реагировали создатели теории повестки дня и на критику со стороны оппонентов. В частности, некоторые исследователи журналистики указывали, что практические данные могут свидетельствовать о том, что аудитория и медиа одинаково подходят к определению важности тем, и другой взаимосвязи тут нет. Ответ был традиционен: ссылка на авторитет, в данном случае, на У.Липпманна, который писал о том, что медиа создают псевдосреду обитания людей, и к ней относятся события, к которым человек непосредственно не был причастен. То есть этих событий и не существовало бы для людей, если бы о них не сообщили масс-медиа. Кроме того, был проведен ряд интересных исследований. Например, Р.Фанкхаузер провел анализ событий во время Вьетнамской войны в 60-е гг., реакцию на них медиа и американцев. Оказалось, что пик медийной активности попадал не на моменты обострения ситуации, а после них. Соответственно и обострение реакции американцев «запаздывало» по сравнению с реальными событиями,

но четко совпадало с пиками медийного освещения [по Мак-Комбс М., 2007: 54-55]. Исследователи заметили, что часто медиа акцентируют внимание общественности на проблемах, которые согласно статистическим данным не являются актуальными в этот момент. Этот вывод подтвердило и исследование в Техасе в 90-х гг. XX в. Тогда медиа особое внимание уделили проблеме криминогенной ситуации. Это привлекло внимание общественности и отразилось в срезках общественного мнения. Одновременно статистические данные показывают, что в этот период происходил спад преступности в Техасе.

Были установлены три основных модели повестки дня: 1) модель внимания, когда внимание реципиентов обращается на темы, установленные медиа; 2) модель особенности, выделение реципиентами определенных тем под влиянием масс-медиа; 3) модель приоритетности, которую снова-таки для реципиентов устанавливает масс-медиа. При этом, эффект от повестки дня минимален в случае, если сам реципиент сталкивается с проблемой в своей повседневной деятельности, и максимален, если касается тем, которые реципиенты не знают, а, возможно, и не узнают непосредственно. Свои особенности влияния имеют и конкретные масс-медиа. Например, эффект телевидения по установлению повестки дня имеет меньший срок, нежели в периодической печати. Существует пять основных моделей повестки дня: кумулятивная, когда внимание к проблеме в медиа приводит к такой же реакции аудитории; волновая — для закрепления темы в сознании аудитории необходимо внимание к ней в медиа; инерции — если тема для аудитории уже актуальна, повысить степень такой актуальности медиа вряд ли могут; эха — тема остается актуальной для аудитории и после снижения внимания к ней в медиа; отражения — когда аудитория определяет актуальность темы для медиа [Dearing J.W., Everett M.R., 1996: 94, 141; по Фридман Ю.Л., 2006: 86-87].

Еще одной теоретической основой теории повестки дня является общая теория когнитивного картографирования Э.Толмана, согласно которой человек для ориентации вырабатывает своеобразную карту окружающей среды. Конечно, в тех вопросах, в которых он не имеет непосредственного опыта, представления вырабатываются на основе медиа-данных. Также особое значение имеет соответствие темы интересам индивидуума и личностная неопределенность по рассматриваемому вопросу.

Эффект сообщений медиа, по мнению авторов теории повестки дня, возникает благодаря длительному (минимум — несколько недель) освещению и обращению внимания на определенные темы. Работа медиа с информацией включает: предоставление особого статуса, стереотипизация, построение образа и информационная выборность [Мак-Комбс М., 2007: 135].

М.МакКомбс исследовал также межмедийное влияние. Он это сделал на примере «Нью-Йорк таймс», материалы которой служат ориентиром для других медиа в выборе тематики работы.

Общий вывод был таков: «приоритетность медийных тематик структурирует восприятие и оценивание аудиторией окружающего мира, а факты и события, на которые делается акцент в новостях, при-

обретают в общественной картине мира статус важнейших» [Мак-Комбс М., 2007: 113].

Была проведена ряд интересных исследований теории повестки дня. В частности, немецкий ученый В.Р.Неуман определил, что для достижения эффекта нужно определенное количество сообщений (чтобы преодолеть порог восприятия аудитории) [Neuman W.R., 1990: 159-176], Х.-Б.Бросиус и Х.М.Кепплингер исследовали, через какой период времени после сообщений происходят изменения в настроениях аудитории [Brosius H.-B., Kepplinger H.M., 1990: 183-211]. Кроме того, исследователи отмечают, что хотя медиа активно влияют (при помощи повестки дня) на установление важности того или иного события для общества, но они не влияют на определение того или иного факта как лично значимого. Р.Фанкхаузер проводил исследования влияния телевидения в Германии в 1998 г. была зафиксирована тесная связь между представлением событий на экране и мнениями населения об их общественной значимости. Одновременно, опрошенные низко оценили значение этих событий для их личной жизни [Funkhouser G.R. The Issues..., 1973: 62-75; Funkhouser G.R. Trends..., 1973: 533-538; по Кепплингер Х.М., Ноель-Нойманн Е., 2007: 68].

Таким образом, авторы теории повестки дня считают, что масс-медиа устанавливает повестку дня для общества, привлекая внимание к определенным проблемам (не всегда действительно значимым), структурируя их и способствуя формированию мнения об их высокой актуальности для аудитории. К минусам теории можно отнести ее узкую направленность, т.е. то, что авторы рассматривают влияние масс-медиа в отрыве от других факторов формирования порядка дня. Кроме того, не дифференцируется аудитория, на которую направлено влияние. Вряд ли различные группы аудитории одинаково воспринимают приоритеты, которые расставляют масс-медиа. Не установлено и различие в восприятии повестки дня в различных видах медиа.

### ***Теория гейткиперов К.Левина***

Теория гейткиперов родилась вне всякой связи с массовой коммуникацией. Однако именно в ней она обрела особую популярность. Рождение теории связывается с конкретным социальным исследованием, которое провел в 40-х гг. XX в. К.Левин по заказу американского правительства в рамках Комитета по пищевым добавкам Департамента сельского хозяйства США. Тогда стояла задача повысить потребление мясных субпродуктов (традиционно они были непопулярны среди американцев — сердце, почки и кишки или выбрасывались, или использовались на корм скоту). К.Левин выяснил, что решение о закупках продуктов принимают домохозяйки, и именно на них нужно направить пропагандистскую кампанию. То есть, по К.Левину, на пути коммуникации стоят своеобразные «ворота», и «охранники» этих ворот, гейткиперы, принимают решение о том, какую информацию пропускать, а какую нет через эти ворота. Эта теория резко повышает статус творческого топ-менеджмента масс-медиа, ведь именно он принимает конечное решение о том, что увидит аудитория на экранах телевизоров, услышит по радио или прочитает в газетах.

Кроме того, К.Левин в очередной раз поддержал свой авторитет выдающегося социального психолога. Он выяснил пути самоубеждения людей. При эксперименте домохозяйки были разделены на две группы. Одна выслушала 45-минутную лекцию о пользе субпродуктов, важности их употребления для достижения победы, получила рецепты блюд из них. Вторая группа потратила такое же время на групповую дискуссию, в ходе которой руководитель пробовал обратиться к домохозяйкам как к союзницам по пропаганде потребления субпродуктов. Результаты получились более чем убедительные. Из первой группы стали употреблять субпродукты только 3 % женщин, а из второй — 32 %. Дальнейшие исследования показали, что сама мысль о том, что надо переубедить в чем-то остальных, ведет к изменению собственной позиции на срок от двадцати недель [Аронсон Э., Пратканис Э.Р., 2002: 184-185].

В 1950 г. Д.М.Вайт перенес теорию К.Левина из области социальной психологии в массовую коммуникацию. Он проанализировал работу редактора небольшой газеты на Среднем Западе США, который отбирал телеграфные сообщения для печати, и принципы, которыми тот при этом руководствовался [White D.M., 1950]. Редактора он так и назвал «Мистер Гейткипер» (Господин Охранник). Редактор отбирал для печати около 10 % от всех поступающих новостей трех информационных агентств. Причем значительное число объяснений причин отбора носило ясно выраженный субъективный характер: «Чужь», «Пропаганда», «Не интересно», «Тривиально». Редактор откровенно признавался в собственных симпатиях и антипатиях, например, ему не нравилась экономическая политика Г.Трумэна и католическая церковь. Д.М.Вайт делает вывод о том, что работа гейткипера сильно зависит от собственного опыта и симпатий, т.е. появление новостей определяется тем, кто является гейткипером. Правда, позже П.М.Хирш попытался снова проинтерпретировать результаты этого исследования и доказывал, что деятельность Мистера Гейткипера носила пассивный характер, и он довольно точно следовал новостному потоку информационных агентств [Hirsch P.M., 1977: 13-42; по Шульц В. Новина, 2007: 529-530]. Данные о пассивности гейткиперов подтвердили и ряд современных исследований [напр., Hagen L., 1995].

Мистер Гейткипер приводил и иные причины отбора, например, большинство решений обосновывалось нехваткой места и срока подписания в печать. Позднейшие исследования подтвердили, что журналисты при отборе материала действуют проблемноориентировано, т.е. в зависимости от конкретных задач, а принципы отбора новостей зависят, в основном, от профессиональных норм и производственной необходимости [Shoemaker P.J., Reese S.D., 1991; по Шульц В. Новина, 2007: 529-530]. На первый план тут выходят факторы времени и ресурсов, т.е. шансы новости попасть в печать зависят от количества новостей такого типа, фазы редакционного процесса, во время которой поступила новость, периодичности газеты, на телевидении также от наличия видеоматериала. Хотя, конечно, свою роль играет и позиция газеты, ее собственника, ценностные ориентации журналистов [Шульц В. Новина, 2007: 529-530].

Разработку теории продолжил Дж.Т.МакНелли. Он проанализировал процесс прохождения международных новостей от их возникно-

вения через публикацию до стадии распространения в межличностной коммуникации. Исследователь выделил целый ряд «ворот» и гейткиперов. Основной вывод состоял в том, что новость при прохождении через «ворота» постоянно изменяется [McNelly J.T., 1959: 176-181; по Зернецька О.В., 1999: 177].

Детально процесс прохождения новостей был разработан Д.Галтунгом и М.Руж. От отбора, согласно представлению журналистов о том, является ли информация новостью, до ее особого новостного оформления [Galtung J., Ruge M., 1965: 17-32; по Зернецька О.В., 1999: 178].

Интересны также исследования Т.Ньюкомба, который в 1953 г. создал теоретическую модель цепочки из двух коммуникаторов, первый из которых является гейткипером и отбирает новости для передачи второму. Чуть позже, в 1957 г., В.Уистли и М.Маклеан продолжили разработку этой модели, пометив между коммуникаторами еще одного гейткипера. В современных исследованиях выделяют пять основных уровней отбора информации. Первый уровень индивидуальный, связан с интересами и личными вкусами издателей и редакторов. Второй технологический, тут причиной отбора служат производственные условия и технологический процесс. Третий организационный, зависит от норм и правил организации. Четвертый социальной среды, зависит от социальных групп от власти до рекламистов. Пятый социальной системы, тут отбор идет в зависимости от норм, принятых в культуре конкретного общества. При этом современные исследователи выделяют роль агентов влияния, которые могут стоять за калиткой, но прямо влиять на деятельность привратника. Это владельцы медиа, представители власти, политики и т.д. [Яковлев И.П., 2003: 233-234].

В современной коммуникативистике выделяют четыре формы гейткипинга: 1) сокращение и объединение информации; 2) приспособление ее к конкретным каналам коммуникации; 3) подготовка к передаче и дистрибуции; 4) дробление для использования в различных материалах. В исследованиях особое внимание уделяется креативной функции гейткипера, когда он становится создателем медиатированных значений и медиасобытий [по Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика..., 1999: 102].

Таким образом, селекция информации для масс-медиа является закономерным процессом, который обуславливается как внутренними (субъективными — пристрастиями редакторов, объективными — технологией производства), так и внешними (зависимость от культурных и национальных традиций, а для некоторых медиа и от властных структур) факторами. Исследование этих факторов выделяет направление и критерии отбора информации, что позволяет четко определить политическую и идеологическую направленность конкретных масс-медиа.

### ***Теоретические разработки новостных программ***

Новости играют ведущую роль в содержании масс-медиа и в привлечении к ним аудитории. Обычно под новостями в массовой коммуникации понимаются новые сведения о чем-либо, сообщенные масс-медиа. Понятие новостей в его нынешнем англоязычном звучании появилось с возникновением массовых средств связи (news заменило tidings). В

рамках структуралистско-семиотического направления новости рассматриваются как речевые единицы массово-коммуникационного процесса, разновидности текстов, знаков, кодов, которые транспонируют реальные события на уровень условного картографирования жизненных фактов. Представители социологического направления понимают новости как элементы социокультурных процессов, связанных с объективно-историческими процессами развития общества. Основные требования к новостям — это актуальность (т.е. интересность для целевой аудитории) и оперативность. Обычно различают твердые и мягкие новости. Первые сообщают о важных событиях и фактах объективировано, т.е. без оценок журналистов, вторые допускают оценки как по выбору событий, так и по форме их изложения. Обычно это лайф-новости. По мнению некоторых ученых, телевизионные новости формируют новое мировое сознание. Это происходит благодаря тому, что передача информации идет невербально, при помощи образов. Т.е. аудитории разной национально-демографической принадлежности получают при помощи образов одинаковое видение мира и, как следствие, новое трансграничное планетарное сознание [Землянова Л.М. а, 1999: 143-145].

Существуют разные критерии для отбора новостей. По мнению британского журналиста Д. МакШейна, это конфликт; трудности и опасность; необычное (удивительное, новое); скандал; индивидуализм [McShane D., 1979; по Зернецька О.В., 1999: 178]. Уоррен называл десять компонентов: новизна, близость, значение, известные особы, драматичность, необычность, конфликт, секс, чувства, прогресс. Остгард отмечал, что подгоняя новости под эти критерии журналисты искажают содержание реальных событий [Шульц В. а, 2007: 530-531]. Новости, как правило, должны быть независимыми от позиции журналистов и должны подаваться без комментариев. Но и без комментария, через подбор новостей или их размещение все равно можно определить позицию коммуникатора. Таким образом, лозунг американской журналистики «news not views» трудно достигим, хотя, безусловно, актуален и обязателен как инструкция для всех профессиональных журналистов.

Дж.Галтунг и М.Руж в своей теории новостей определили 12 критериев, по которым информация попадает в категорию новостей: 1) частотность (время совпадает по частотности с периодичностью медиа); 2) амплитуда (интенсивность, размах, как можно больше не совпадающий с обычной жизнью); 3) однозначность (четкость и ясность события); 4) знакомость (близость к целевой аудитории); 5) ответственность (уровень ожидания и готовности к событию); 6) удивление (редкость, это антитеза к пп. 4 и 5); 7) непрерывность (продолжение события, о котором уже рассказывалось); 8) композиция (правило баланса, т.е. должны быть новости о позитивных и негативных событиях, внутри и за пределами страны и т.д.); 9) связь с элитным государством; 10) связь с элитой; 11) персонализация; 12) негативизм. Дж.Танстолл усовершенствовал модель гейткипинга Дж.Галтунг и М.Руж для телевизионных новостей. При отборе новостей для телевидения необходима 1) визуальность; 2) присутствие в кадре журналистов канала; 3) краткость, без анализа; 4) жестокость, негативизм происходящего. Существует также принцип фрейминга, т.е. то, что не входит в рамку новостного освещения, не

попадает к аудитории, остается вне зоны ее внимания [Зернецька О.В., 1999: 179-181, 183; Шульц В. а, 2007: 532].

Понятно, что отбор новостей является результатом большого количества разных факторов. При этом можно принимать журналистов за независимых акторов (как, например, в доктрине гейткипера), но большинство ученых считают, что журналисты сами находятся в зависимости от разных сил. В.Донсбах выделяет такие сферы влияния: индивидуальную (понимание роли и профессиональные мотивы журналиста), профессиональную (критерии отбора новостей и профессиональная этика), институциональную (особенности редакционного контроля конкретного медиа) и общественную (рамочные условия свободы слова и политической культуры в конкретной стране). При рассмотрении проблем выбора новостей В.Донсбах обращал внимание на активную роль журналистов в процессе их создания. Это особо проявляется при освещении псевдособытий, которых просто не было бы без медиа (например, пресс-конференций, пр-акций).

Кроме уже упомянутой теории гейткипинга можно выделить теорию информационной ценности новостей, о которой мы уже говорили. По В.Донсбаху новостными факторами являются удивление, тематизация, периодизация и негативизм.

Отдельно надо остановиться на студиях «news bias», которые поясняют содержательные искажения новостей субъективными настроениями редакторов, редакционными тенденциями масс-медиа или системы медиа в целом.

Также существует теория инструментальной актуализации Кепплингера. Он считал, что все акторы политической коммуникации — журналисты, политики, аудитория — имеют сознательную или бессознательную завершенность селективных решений. Т.е. журналисты выбирают или делают ударение на тех новостях, которые по их мнению помогут им влиять на аудиторию. По Кепплингеру треть новостей появляется благодаря выбору журналистов, треть — из-за присутствующих в них новостных факторов, а последняя треть по невыясненным причинам [Донсбах В., 2001: 147-150].

В современных масс-медиа происходит поворот к большей развлекательности в ущерб информативности. Материалы, сделанные по этим стандартам, получили название инфотейнмента, т.е. соединения информирования и развлечения. Принято считать, что инфотейнмент несет угрозу серьезной журналистике и мешает полному информированию аудитории о происходящих событиях.

Выдающийся вклад в производство новостей внес Т. ван Дейк. Он предлагал подходить к изучению медиа-текстов как особого вида дискурса. Т.е. он предлагал изучать контент масс-медиа и, в особенности, новостей в контексте социокультурной деятельности, анализировать их структурную организацию. Т. ван Дейк анализировал связи, существующие между новостными сообщениями, их структурой, процессом их производства и восприятия, деятельность журналистов и их социальный статус, влияние социальных репрезентаций, институциональные и структурные взаимоотношения. Вот цепочка, которую он предлагал: сообщения-новости ↔ структуры новостей ↔ когнитивная обработка и репрезентация (производство или интерпретация) структур ново-



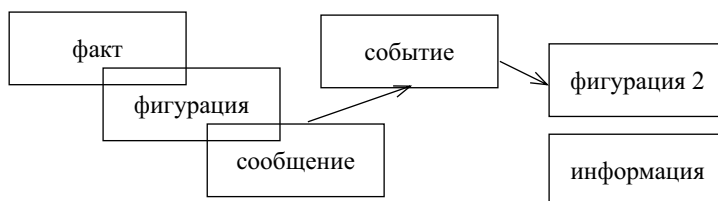
стей социальными субъектами ↔ построение модели и ее обновление ↔ социальные репрезентации социальных объектов как членов групп (сценарии, установки, идеологическая ориентация) ↔ производство новостей как социальное взаимодействие (сбор новостей, принятие решений, реальное производство газеты) ↔ межгрупповые связи между журналистами и другими группами и их участниками (например, группой элиты) ↔ внутриинституциональная деятельность, правила, цели и стратегии в организации новостей ↔ внешние цели и интересы в организации новостей как государственных, так и частных корпораций ↔ существующие отношения между институтом масс-медиа и другими институтами (например, государством, правительством и т.д.) ↔ место института масс-медиа в истории и культуре, его связь с другими институтами. В анализ новостей вводилось понятие макроструктуры для описания глобального содержания и глобальной связанности дискурса, включая топик, тему, общий смысл и основное содержание. А форму новостийного дискурса задают схематические структуры (т.н. суперструктуры). При обработке новостей индивиды руководствуются своими убеждениями и установками, извлекают из памяти и знаний компоненты, помогающие воспринимать новости. К стереотипам, например, относится доверие к масс-медиа — источнику информации. Т. ван Дейк сделал вывод, что производство новостей — не простой и пассивный процесс, а набор конструктивных стратегий, находящихся под социальным и идеологическим контролем. Журналисты при подготовке сообщений руководствуются своими шаблонами, отмеченными внутренней предвзятостью. Интересен анализ Т. ван Дейком 700 сообщений из 139 газет 99 стран об убийстве президента Ливана Джамайеля. Ученый отметил, что структура материалов идентична и сделал вывод, что имплицитно существует стандартизированная система ценностей отбора и правил составления новостей. Именно она определяет стандартный формальный набор слов и предложений, возможных риторических приемов для придания сообщению достоверности (цитаты, цифры, очевидцы). Т. ван Дейк считал, что этот международный журналистский консенсус не зависит от места события или его идеологической окраски [Бакулев Г.П., 2005: 116-120].

Интересным методом коммуникативистики служит анализ медиа как ритуалов. Таким образом изучают причины появления новостей, погружающих аудиторию в сферу медиасобытий. При этом образуется особая ритуальная подсистема по отношению в общей социальной системе. Эта подсистема устанавливает комплексы ритуальных событий, конфликтов и действий, свои протагонисты и сюжеты, назначает героев и т.д. [Землянова Л.М. а, 1999: 17]. Иногда на место реальных медиасобытий выступают псевдособытия или инсценированные события.

Процесс восприятия новостей попробовал на основе работ Р.Барта смоделировать Л.Геллер. Сначала, по Л.Геллеру, появляется факт и короткое сообщение о нем. Факт с пересказавшим его сообщением превращается в событие. Событие является исходным материалом для информации.

Обозначаемое 1 факт	Обозначающее 1 сообщение
Событие означающее 2	Информация обозначающее 3

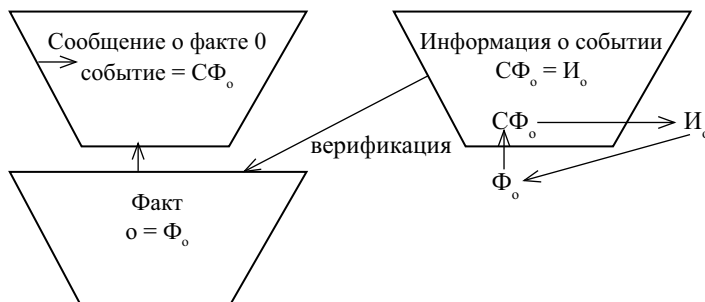
Далее, следуя П.Рикеру, автор вводит понятие фигурации, которое обозначает метафоричность, символический код, придание факту образа, фигуры. Путь проходит от факта к созданию полноценной информации о нем, т.е. образа мира. Журналисты готовят сообщение о факте, субъекты и объекты массовой коммуникации усваивают это сообщение, расшифровывают его, включая в свои цепочки ассоциативных связей. Таким образом формируется событие. Первичная обработка факта определяется как фигурация 1, вторичная — фигурация 2.



На основе всех этих умозаключений Л.Геллер предложил такую синхроническую модель знаковой структуры информации.

Обозначаемое 1 факт	Обозначающее 1 сообщение
Значение 1 событие означающее 2	Информация обозначающее 3
Значение 2 информация	

Однако, вследствие дальнейшей обработки информации синхроническая модель перерастает в диахроническую. Фигурация тут является элементом, который содержит временной (исторический) фактор. Факт  $\Phi_0$  становится объектом фигурации 1. Он кодируется субъектом коммуникации и превращается в сообщение  $C\Phi_0$ . В результате фигурации 2 из сообщения о событии и самого события извлекается информация  $I_0$ . После этого происходит верификация, т.е. проверка на соответствие факту.

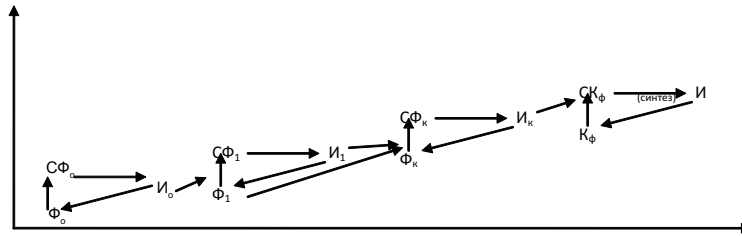


Дальнейшее развитие коммуникации протекает в таком порядке. Сообщение о факте  $C\Phi_0$  превращает его в событие массовой комму-

никации. Тут фигурация совпадает с контекстуализацией, т.е. событие становится в ряд других и оценивается в т.ч. по сравнению с ними. Так формируется информация  $I_1$  о новом факте, который можно назвать контекстуальным  $\Phi_k$ . Затем  $\Phi_k$  комментируется в сообщении о нем  $C\Phi_k$ . Информация о нем  $I_k$  дополняет фактический контекст  $K_\Phi$  и фигурация принимает форму законности. Далее развивается цепочка

$$K_\Phi \rightarrow CK_\Phi \rightarrow I.$$

Вся цепь коммуникации выглядит таким образом:



При этом вертикальная ось является осью времени, а горизонтальная — трансформации. Естественно, все эти превращения могут исказить первоначальный вид информации [Березин В.М., 2003: 62-65].

Таким образом, новости проходят сложный путь от факта до восприятия, причем на этом пути информация может вольно или невольно искривляться, а аудитория получает искаженную картину реальности. В этом случае виртуальная медиа-картинка мира может значительно отличаться от реальной.

### Профессиональные и этические стандарты журналистики

В журналистике осуществляются эксперименты с целью повысить взаимосвязь контента медиа с интересами и потребностями аудитории. Одним из самых известных стал Шарлоттский проект. Он был осуществлен в г. Шарлотт (штат Северная Каролина, США) в 1991-1992 гг. Пойнтеровским институтом исследования проблем масс-медиа. Целью было преодолеть разрыв между интересами избирателей и теми целями, которые ставили политики, а медиа их ретранслировали. Медийными партнерами проекта были газета «Шарлотт Обзервер» и телестанция WSOC-TV. Основная стратегия проекта была в том, чтобы программу освещения выборов определяли не политики, а избиратели. Для этого компания «KRC Research» дважды провела опрос с целью установить проблемы, которые наиболее интересуют респондентов. И президентская кампания освещалась, в основном, в соответствии с этими проблемами, тем как кандидаты намерены решать проблемы, смогут ли они их решить, какой у них есть опыт по решению подобных проблем [Миллер Э., 1998; Федотова Л.Н., 2003: 200-210]. Опыт Шарлоттского проекта был использован во многих странах. В частности, в Украине его основные положения были реализованы в 2004 г. в проекте «Твой выбор».

*Общественное задание журналиста*

Начиная работу по сбору материалов для публикации, журналист должен помнить, что его основной целью является удовлетворение права аудитории на получение достоверной и полной информации, которая имеет общественный интерес. Эта информация очень нужна людям, потому что без нее они не смогут сориентироваться в современном сложном мире, выработать представления и ориентиры. Потому основная работа и основное задание журналиста именно сбор фактов, работа с информацией, а не высказывание собственных рассуждений по ее интерпретации.

Конечно, право общества на информацию предусматривает право журналиста а) добывать эту информацию, б) иметь к ней беспрепятственный доступ, в) критиковать всех, кто провинился перед обществом, г) хранить в тайне свои источники информации, если они этого требуют.

Обязанностью журналиста является честное, точное и сбалансированное освещение событий и поступков отдельных личностей.

Одно из основных заданий журналиста — это поиск истины и сообщение о ней. При этом журналист должен быть максимально честным и незаангажированным.

Он должен проявлять осторожность в обращении с фактами, не извращать их, избегать ошибок, обязательно проверять информацию. Искажение фактов недопустимо ни при каких обстоятельствах. Цель не оправдывает средств.

Журналист имеет право придерживаться собственных точек зрения, но не должен навязывать эти взгляды другим. Он должен собирать и предоставлять все факты и взгляды, даже те, которые не совпадают с его личной точкой зрения. Особенно это важно в представлении точек зрения рядовых граждан, которые обычно не имеют возможности высказаться. Для журналиста не должно быть разницы между официальными и неофициальными источниками информации.

Очень важно четко отделять изложение фактов от их анализа и комментариев.

Также необходимо отделять рекламную информацию. Особенно опасным является создание гибридов информационных и рекламных сообщений.

Отдельное задание журналистов — это информирование населения о действиях и решениях власти. Рядовой гражданин не имеет прямого доступа к официальным документам и заседаниям властных институций. Журналист здесь выступает в роли посредника. Причем его информация должна быть незаангажированной, показывать преимущества и недостатки каждого решения. Также должен четко фиксироваться и показываться реакция населения на действия власть предержащих.

При сборе информации особенно важно помнить о журналистской профессиональной ответственности. Это ответственность не перед владельцем или спонсором, а перед обществом.

*Общие принципы этики журналиста*

В своей деятельности медиа должны руководствоваться определенными моральными принципами. Это одна из составляющих профессионального мастерства журналиста. Журналисту многое дано, ему разрешено вмешиваться в жизнь других лиц (при наличии общественной потребности), он определяет преимущества и недостатки работы отдельных людей и целых структур. Журналисты должны пристально следить за действиями власти. Но работники масс-медиа имеют не только права, но и обязанности.

Одно из самых главных — честность, требование говорить правду, отсутствие права на ложь. Журналист должен быть честным перед собой и своей аудиторией. Выдумки, подтасовка фактов под заблаговременно определенные выводы являются грубым нарушением журналистской этики и журналистских стандартов. Журналист должен четко осознавать — никакие благие намерения не оправдывают лжи и подтасовок.

Часто пресса принимает участие в «войне компроматов». При этом журналисты руководствуются интересами не аудитории, а только владельца или заказчика. Это является грубым нарушением журналистской этики. Работник медиа должен руководствоваться принципами правдивости и непредубежденности. Журналистское расследование должно быть именно расследованием, а не выполнением заказа на компрометацию кого-либо. Интересы аудитории, ее право знать должны превалировать над интересами владельца.

Здесь стоит отметить такой момент. В свое время, после распада Советского Союза, пресса избавилась от официальной цензуры. Но осталась цензура владельца. И оказалось, что эта новая форма ограничения прав журналистов не только не более легкая, но и иногда носит более жесткий и суровый характер. Владелец активно продвигает в журналистское содружество «доктрину таксиста», то есть журналист должен выполнять заказ владельца так же, как таксист выполняет заказ клиента. Ведь он получает деньги за свою работу, и клиент (владелец), который платит, должен ожидать, что его повезут туда, куда он пожелает, а не туда, куда хочет таксист. Авторы такой трактовки забывают о принципиальном различии профессии журналиста (равно как и врача, учителя, милиционера и тому подобное) от других видов деятельности. Эта профессия является социально ответственной. То есть журналист отвечает за свое слово в первую очередь перед аудиторией, потому что он реально влияет на изменения в общественных настроениях и на жизнь общества.

Конечно, не всегда ошибки имеют осознанный характер. Часто журналист допускает неточности не преднамеренно. Но в этом тоже есть его вина. Журналист должен тщательным образом проверять информацию (достаточной считается проверка в двух независимых источниках). В советские времена во многих газетах существовали бюро проверки. В настоящее время их, к сожалению, нет. Это приводит к многочисленным ошибкам в датах, событиях, фамилиях и тому подобное.

Особое внимание следует обращать на визуальные материалы. Они должны носить реальный, а не постановочный характер. Если материалы взяты из архивов, то обязательной является ссылка на это.

Отдельно нужно сказать об уровне языка журналиста. Недопустимо широкое использование жаргонизмов, снижение лексики, использование элементов ненормативной лексики. Культура речи является не прихотью, а неотъемлемой чертой настоящей журналистики. Все журналистские материалы должны пройти литературное редактирование.

Если же медиа допустили ошибку (а этого полностью избежать невозможно), то нужно сразу же открыто признать и исправить все ошибочные сведения. Опровержение неправдивой информации является одним из главных требований профессиональной работы масс-медиа.

Следует также придерживаться четкого разграничения между изложением фактов и журналистским комментарием. Аудитория имеет право делать собственные выводы из фактов. Комментарий должен быть четко отделен от изложения фактических сведений.

Важным также является требование сбалансированности журналистских материалов. Если журналист пишет на controверсионные темы, то аудитория имеет право знать точки зрения основных фигурантов события. Это один из основных стандартов работы журналиста.

Другой недопустимой ошибкой является отсутствие ссылок на источник информации. К сожалению, часто источник не называется и у аудитории создается впечатление, что журналист сам отыскал все сведения. Это возлагает дополнительную ответственность на журналиста и является неэтичным относительно настоящих источников. То же касается процесса комментирования. Общепринятой в мире практикой являются комментарии независимых экспертов. У нас, к сожалению, чаще всего комментируют события или политики, или сами журналисты.

Еще одна большая проблема — это наличие скрытой рекламы. «Джинса» (скрыта реклама) недопустима. Аудитория имеет право знать, когда журналист пишет собственно журналистский материал, а когда рекламирует какой-то товар (коммерческий или политический — не суть важно).

Особенно ответственным должно быть отношение журналиста к героям своих материалов. Он должен всегда помнить, что словом можно мгновенно опорочить любую репутацию, честное имя, что у каждого его персонажа есть семья, близкие люди. Понимание этих факторов поможет журналисту найти верный баланс между интересами общества и отдельного человека.

Особенно внимательными нужно быть при освещении проблем, которые могут вызывать предубежденность по отношению к группам людей или отдельной личности по признакам расы, национальности, пола (или половых предпочтений), языка, религиозных убеждений и тому подобное. Журналист должен следить, чтобы не стать жертвой негативных стереотипов, которые бытуют в сознании, и не сделать жертвами этих стереотипов героев своих материалов.

Нельзя забывать о праве аудитории на информацию. Люди делегировали журналисту миссию их оперативного информирования обо всех важных и актуальных событиях. И работники медиа обязаны это делать.

Причем не полагаться только на официальную информацию, как это обычно делается, а искать альтернативные источники сведений,

критически относиться к информации официальных учреждений, да и к информации вообще. К этому же относится практика постоянной апелляции к властным структурам. Причина, скорее всего, в традиционной зависимости от государства, существовании мощного отряда государственных масс-медиа. Но в интересах аудитории избавляться от этой зависимости, информировать несмотря на интересы и реакцию властных кругов.

К сожалению, в современных масс-медиа возникла еще одна моральная проблема. Это приоритет выгоды, прибыли. Целиком закономерно, масс-медиа постепенно превращаются из инструмента политического влияния на средство зарабатывания денег. Но в этом, в целом позитивном процессе, есть большой риск полной бульваризации прессы. Попустительство низким вкусам, упор на сенсации, смерть, секс, скандалы приводят к тому, что медиа теряют роль информационного ориентира.

#### *Права и обязанности журналиста в контексте норм этики*

Главное задание журналиста — это удовлетворение информационных потребностей аудитории. Вообще, во многих странах считается, что журналист — это человек, который получает свою основную прибыль от деятельности по сбору, обработке и распространению массовой информации. Журналист имеет много прав, но он имеет и определенные обязанности — перед обществом, самим собой, владельцем масс-медиа и тому подобное.

Журналист предоставляет информацию для потребления ее аудиторией. При этом он должен удержаться от ангажированности. Ангажированный журналист передает искривленную информацию. К сожалению, немало медиа дают политически или экономически ангажированную информацию, в которой по старым традициям советской пропаганды мир разделен на две части: правых и неправых, хороших и плохих. Эта ангажированность привела к тому, что большинство читателей, зрителей, слушателей, включая телевизор или радиоприемник, разворачивая газету, знают, за кого будет агитировать то или другое медиа, а кого будет хаять. Конечно, это не имеет ничего общего с традициями качественной журналистики. Журналисты таких масс-медиа грубо пренебрегают принципом сбалансированности информации, они не подают всех основных точек зрения на проблему, пытаются быть своеобразными информационными судьями, которые решают: кто прав, а кто виноват, чью точку зрения должна знать аудитория, а чью ей знать излишне.

Иногда случается скрытая ангажированность. То есть журналист предоставляет слово представителям разных политических сил, но через отбор оппонентов, или через ангажированные вопросы, расстановку акцентов одна сторона получает привилегии, а другой не дают выразить свою точку зрения.

К сожалению, манипулирование информацией в интересах заказчика стало обычным явлением в современных масс-медиа. Журналист должен предоставлять аудитории информационные услуги, и при этом он не должен прибегать к манипуляциям, навязывать определенную точку зрения. Ведь обязанность журналиста перед аудиторией состоит

во всесторонне информировании о событиях и явлениях действительности.

Журналист не должен быть zaangażированным никакими идеологическими, политическими, экономическими, религиозными или другими подобными взглядами. Его информация должна быть беспристрастной. Даже в аналитических или художественно-публицистических жанрах, где журналист имеет право выражать собственную точку зрения, он не может быть пропагандистом каких-то взглядов или сил. Конечно, исключением является ситуация, когда материалы размещены под рубрикой «Реклама» или когда журналист работает в партийном издании.

Лишь при условии незаангажированности журналиста могут быть достигнуты такие нормы, как достоверность, сбалансированность и полнота информации. Непредубежденность журналиста является обязательным условием его профессиональной деятельности. Журналист должен четко осознавать, что его материалы должны отражать не его (или его среды) взгляды, не интересы владельца, а то, что действительно происходит в обществе, что он не является судьей или арбитром, и аудитория имеет право знать все основные точки зрения на проблему, которая рассматривается. При условии общественной дискуссии нет и не может быть истины в последней инстанции.

Журналист должен постоянно чувствовать ответственность за свое слово. Потому что слово журналиста может стать оружием. Оно может убивать, разъединять народы и страны, а может играть позитивную роль, объединять усилия людей вокруг решения важных проблем. В полиэтнических странах особенно важно быть осторожным при освещении проблем, которые связаны с национальным вопросом. Кроме того, ответственные журналисты должны уделять особенное внимание тому, чтобы их слово объединяло страну, а не создавало дополнительных барьеров.

Для журналистов старшего поколения задание непредубежденности достаточно сложно в сугубо психологическом плане. Советская модель журналистики предусматривала деятельность не информатора или коммуникатора, а пламенного пропагандиста. Недаром масс-медиа назывались средствами массовой информации и пропаганды (СМИП). Журналисты должны были выполнять определенные идеологические функции. В настоящее время ситуация в корне изменилась. Журналисты должны рассматривать события отстраненно, со стороны. Выводы, особенно в информационных жанрах, должна делать аудитория, а не работник медиа.

Опасность идеологизации сохраняется и в наше время. Причем, отказ от идеологического влияния заключается не только в том, чтобы избегать государственного или партийного влияния на медиа. Не менее важно для журналиста избегать роли судьи в тех вопросах, которых он освещает. Журналисты, часто из-за благих намерений, и сегодня осуществляют пропагандистское идеологическое влияние на аудиторию. Журналист не должен постоянно выносить приговоры и расставлять акценты. Он должен предоставлять информацию для анализа.

Особенно опасной является тенденциозность при освещении межэтнических вопросов. Обветшалые стереотипы способны быстро



вызывать конфликты, особенно когда пламя раздувается журналистами-пропагандистами.

В цивилизованном мире является абсолютно недопустимым, когда журналисты прямо обнаруживают свои политические симпатии или антипатии. И, конечно, действующие журналисты не могут принимать участия в выборах на стороне той или другой политической силы.

Следует четко осознавать, что для журналиста его гражданская позиция складывается не в продвижении определенных идей и взглядов, а в попытке подавать информацию незаангажировано, достоверно и полно. Пропагандистская функция журналистики не имеет права на существование.

Когда мы говорим о незаангажированности журналиста, о том, что он не должен становиться на сторону одной из сторон конфликта, это не касается эмоциональных оценок ситуации (конечно, не в информационных жанрах). Симпатия, сочувствие, возмущение очень уместны при описании конкретных ситуаций. Но и здесь журналист не должен брать на себя роли судьи или пророка.

Независимость журналиста. Собирая материал для публикации журналист должен избегать любой формы зависимости. Политические или экономические заказы, скрытая реклама являются грубыми нарушениями профессиональных журналистских стандартов.

Журналист должен избегать любой формы личной заинтересованности при сборе информации и создании материала. При этом считается, что профессиональный журналист не должен принимать участия в политических или других мероприятиях, если это может поставить под сомнение его профессиональную непредубежденность.

Особенно пристальным журналисту следует быть при рассмотрении действий власти. Если это необходимо, он должен сделать все для наказания виновных власти придерживающихся.

Особенно осторожным необходимо быть в случае предания огласке информации, которая должным образом не проверена (проверять нужно, как правило, из двух независимых источников) или если источник информации заинтересован в ее освещении определенным образом. Обычно, предание огласке при этом не допускается, а в случаях исключений (общественная значимость информации) аудитория имеет право знать обо всех сомнительных моментах.

Социальная ответственность журналиста заключается в том, что все его суждения, вся информация должны быть достоверными и полными, что он предоставляет возможность высказаться всем основным фигурантам событий, обеспечивая аудитории возможность быть полностью поинформированной по всем вопросам, которые имеют актуальный общественный интерес.

При этом важно понимать, что этически нужно действовать и с теми, кто сам действует неэтично. Например, политические журналисты должны придерживаться норм этики, хотя сами политики часто считают себя свободным от любых норм (недаром политику называют грязным делом). Неэтичность объекта публикации никоим образом не оправдывает неэтичных действий журналиста относительно этого объекта.

Отдельно следует сказать о суровых ограничениях для журналистов в вопросе сотрудничества с правоохранительными органами. С одной стороны, журналист как гражданин должен противостоять преступлениям, но, из другого, как представитель профессии, должен действовать, исходя из своего главного задания: информирования аудитории. Потому всегда у международных журналистских организаций вызывают суровое осуждение попытки спецслужб использовать журналистов для прикрытия своей деятельности.

Нормы этики имеют универсальный характер. Нельзя использовать одни нормы для одних ситуаций (или, допустим, трудных времен), а другие — для других. Журналист всегда должен действовать в соответствии с нормами профессиональной морали.

Важным также является отношение журналистской среды. Корпоративная журналистская солидарность — очень важна. Но не менее важно принципиальное отношение к нарушениям профессиональной этики со стороны коллег. Журналистика по своей сути — профессия публичная. Потому следует принципиально относиться ко всем попыткам «приватизировать» эту профессию, принизить ее авторитет.

#### *Журналистская ответственность*

Каждый журналист несет ответственность перед обществом, перед своей аудиторией. Он ответственен за полную и адекватную информацию о самом обществе и его отдельных группах, об окружающей среде, обо всем, что имеет актуализированный интерес для аудитории.

Кроме того, масс-медиа являются площадкой для общественной дискуссии, то есть единственного, за Г.В.Ф.Гегелем, механизма формирования общественного мнения. В этой дискуссии должен раздаваться голос не только преобладающего большинства, но и общественных меньшинств. Такая дискуссия является не только залогом того, что голос каждой общественной группы будет услышан, но и механизмом против застоя и загнивания, залогом развития.

Таким образом, масс-медиа выполняют свою информационную и коммуникативную функции. Обе из них имеют одинаково важное значение.

Общество имеет право знать информацию о себе и обо всем, что может повлиять на него. При этом особенно важное значение имеет то, чтобы эта информация была правдивой, чтобы виртуальная картинка действительности адекватно отражала реальную. Умалчивание настоящего положения вещей играет такую же негативную роль, как и прямая дезинформация. Миссия масс-медиа заключается в том, чтобы давать правдивую информацию и обеспечивать общественную дискуссию таким образом, чтобы голос и большинства, и меньшинства граждан был услышан.

Особенно важным является критическое отношение к действиям власти. Для журналистов не может быть хорошей или плохой власти. Они представляют интересы общества, и их заданием является пристальное внимание к действиям тех, кто этим обществом руководит. Журналист должен освещать как позитивные, так и негативные моменты действий власти. С позитивом, как правило, никаких проблем нет. Власть заинтересована в том, чтобы давать о себе позитивную информацию и делает

это, пользуясь бонусом привилегированного доступа к эфиру и газетным колонкам, через пресс-службы, журналистские пулы и тому подобное. Сбирать и передавать аудитории негативную информацию о действиях власти сложнее. Здесь возникают преграды на всем пути от сбора и проверки информации к ее дистрибуции. Но негативная информация о действиях властных структур еще более важна, чем позитивная. Власть имеет возможность руководить обществом, поэтому общество должно знать обо всех просчетах в действиях власти, чтобы иметь возможность повлиять на нее. Без общественного контроля (а без медиа такой контроль просто невозможен) любая власть скатывается к авторитаризму, вере в собственную непогрешимость и божественную миссию.

Абсолютными табу для журналистов является ложь, манипуляция сознанием граждан и пропаганда. Причем два последних явления опаснее, чем прямая ложь. В наше время диверсификации информационных потоков скрыть правду на длительное время просто невозможно. А вот скомпрометировать правду, смикшировать правду и ложь таким образом, что не будет понятна истина, настойчиво продвигать какую-то идею в общество — это журналист может сделать эффективно. И этим может нанести большой вред. Журналист не есть и не может быть пропагандистом, агитатором или PR-менеджером. Эти специальности несовместимы с журналистской деятельностью. Не зря во Франции журналист, который переходит на работу в PR-службу, автоматически теряет аккредитационную карточку, то есть право называться журналистом.

Журналистика просто не нужна, если она не информирует аудиторию обо всех актуальных проблемах, которые случились в обществе, не отслеживает верные и ошибочные шаги власти, а только подпекает ей. Организация общественной дискуссии предусматривает, чтобы аудитория могла услышать не только голос власти, но и то, что говорят деятели оппозиции, а также, что тоже очень важно, голос представителей общественности.

При этом важно, чтобы голоса тех, кто выступает с печатных полос или в эфире теле- или радиопрограмм не были искажены. Конечно, при рассмотрении сложных вопросов нужно давать грамотный комментарий того, что происходит. Но такой комментарий должны давать не сами фигуранты дела (политики), и не журналисты, а независимые эксперты.

Журналист должен всегда помнить об ответственности за свое слово перед обществом, аудиторией, людьми, которые стали объектом его внимания, коллегами по цеху, своей газетой, теле- или радиоккомпанией, и перед самим собой.

Следует заметить, что понятие «журналистской ответственности» никоим образом не включает в себя ответственности только перед редактором, изданием, владельцем, властью и другими подобными институтами. Это целиком профессиональная дефиниция, которая заключается в ответственности конкретного журналиста или целого медиа перед обществом и аудиторией. Понятие журналистской ответственности возникло сравнительно недавно. К началу XX века в мире господствовали две концепции прессы: либертарианская и авторитарная. Согласно первой, журналист отвечал в первую очередь перед собственной совестью.

Причем считалось, что не будет ничего страшного, если журналисты через какие-то ошибки навяжут обществу порочный взгляд на какие-то вещи или события. Согласно теории возвращения к истине Д. Мильтона, правильные оценки и идеи все равно получают победу, потому что истина является непобедимой. В авторитарной модели журналист несет ответственность в первую очередь перед властью, потому что она является верховным авторитетом в таком обществе. Он является проводником идей власти, то есть послушным инструментом в ее руках.

В XX в. возникла новая концепция деятельности медиа — социально ответственная. Согласно взглядов ее духовного отца Милля, журналисты несут особенную ответственность перед обществом. Они должны четко осознавать, какие будут последствия от их слова, содействовать развитию общества, честно информировать аудиторию о событиях, не поддаваться и не подлежать любому давлению, кроме морального. То есть согласно либертарианской и социально ответственной концепций журналист — это лицо на службе общества, а не отдельных граждан или институций. Потому вызывает удивление и неприятие утверждение, что журналист, как наемный работник должен оберегать интересы владельца. Журналист — это не таксист, который везет заказчика туда, куда тот заплатил. Журналист, врач, учитель, представители некоторых других профессий отвечают перед работодателем только тем, что честно работают. Само же содержание труда определяется его обязанностями перед обществом.

Журналистика — это не информационное оружие. Она не должна убивать и калечить. Задание этого общественного института совсем другое: служить информированию и коммуникации членов того или другой сообщества.

Конечно, часто главная функция медиа, то есть информирование вступает в конфликт с другими правами и свободами людей. Чаще всего, это право на частную жизнь, на защиту чести и достоинства, вопросы национальной безопасности и легитимности власти. За главное мерило здесь должен быть общественный интерес. Если журналист считает, что общественный интерес превышает те или другие права частных личностей или государственных институций, то он обязан такую информацию обнародовать. В частности, патриотизм журналиста заключается не в укрывательстве просчетов руководства страны, а в честном информировании обо всех успехах и неудачах.

Журналисты ответственны перед своими коллегами. Правда, здесь ответственность несколько другого рода. Журналист отвечает перед коллегами за то, чтобы не пятнать авторитета профессии. Он не должен заниматься штрейкбрехерством, то есть соглашаться работать вместо коллег, которых могут уволить. Журналистика — общественная профессия. И как во всех профессиях гуманитарного плана, журналисты очень болезненно относятся к собственным поражениям и успехам коллег. Но они должны объединяться, когда идет речь о корпоративных интересах, когда коллегам из других изданий угрожает опасность от общих «врагов» (в первую очередь, это, конечно, власть).

Особенно важно внимательное отношение журналиста к правам личностей, которые становятся объектом его профессионального интереса. Их право на честь и достоинство, на защиту частной жизни может

быть нарушено только если его преобладает право общества знать, то есть неотложная общественная потребность.

Нельзя также унижать человека по признаку физических изъянов или болезни. Нужно очень внимательно относиться к указаниям на расу, национальность, религию, социальную принадлежность, пол персонажей. На них следует ссылаться только если это непосредственно связано с темой материала и имеет значение для понимания того, что произошло.

Вообще, тема меньшинств в обществе является очень важной. Конечно, точка зрения большинства представляется (и должна представляться) в журналистике. Но не менее важно, чтобы было представлено мнение меньшинства. Только так может быть организована плодотворная общественная дискуссия. Журналист должен всегда помнить, что его мысли не являются истиной в последней инстанции, что он должен предоставлять возможность высказаться представителям всех социальных групп.

Журналист отвечает за то, что а) аудитория должна быть проинформирована обо всех важных для нее событиях, явлениях и процессах; б) в обсуждении важных для социума событий принимают участие представители всех основных групп общества.

Важную роль среди критериев журналистских материалов имеет понятие «объективности». Оно содержится в большинстве кодексов из журналистской этики. Конечно, достичь объективности фактически невозможно. Потому что журналист является членом социума и полностью абстрагироваться от общественной жизни ему вряд ли удастся. Однако нужно стремиться достичь высокого уровня объективности. Журналист должен относиться к теме и объектам своего материала беспристрастно. Но универсальным рецептом, конечно, должна стать сбалансированность освещения проблемы.

Каждый журналист имеет свою гражданскую позицию, но он не имеет права навязывать ее своей аудитории. Даже в авторских программах и аналитических жанрах в печати лучше представлять все основные точки зрения на проблему. Предвзятому журналисту никто не поверит. В журналистике должен быть не только внешний, но и внутренний плюрализм.

Именно журналистская предубежденность и попытка получить личную выгоду из соответствующего представления событий привели к тому, что журналистику часто сравнивают с первой древнейшей профессией — проституцией. Журналист должен помнить, что за свои ошибки он отвечает своим добрым именем и авторитетом своей профессии.

Журналист должен ценить доверие своей аудитории. Он должен избегать ситуаций, когда будет выглядеть только как проводник политических или бизнесовых интересов. Журналист не должен делать материалы, из которых получит непосредственную материальную выгоду (конечно, имеется в виду не гонорар). Журналист должен работать так, чтобы не потерять достоинство и уважение к себе, должен исповедовать принципы порядочной журналистики.

*Сохранение культурных традиций*

Масс-медиа играют роль мощного культурного интегратора. Здесь нужно отметить, что медиа делятся на качественные и массовые. Массовые медиа, в основном, опускаются к вкусам массовой аудитории. Качественные, напротив, поднимают аудиторию к уровню высокообразованных журналистов. Безусловно, массовые медиа, которые реализуют рекреативные, развлекательные функции имеют такое же право на существование, как и медиа, которые вызывают высокие чувства и развивают человека. Но следует помнить, что развлечения не означают ложь, что они не должны унижать чувства собственного достоинства у представителей разных рас и национальностей.

Медиа, без сомнения, выполняют и воспитательные функции. Дело в том, что пример, который аудитория видит в героях материалов журналистов и в поведении самих журналистов, мощно диктует нормы поведения, дает их образцы. Недаром самых популярных медиа-фигурантов используют в рекламе.

В этом контексте поведение, язык, отношение к другим людям со стороны журналистов тоже играют незаурядную роль. Человеку присуще пытаться воспроизводить в своем поведении образцы, которые она берет от людей, которых уважает, считает достойными к наследованию.

Сохранение культурных традиций в масс-медиа часто сталкивается с объективными преградами. К ним, в первую очередь, относятся материальные трудности. Наиболее эффективным каналом для передачи культурных традиций является, безусловно, телевидение, которое действует сразу на несколько органов чувств. Но в настоящий момент в Украине, и в большинстве других стран наблюдается засилье голливудской кинематографической продукции. Национальный кинематограф не в состоянии составить ей конкуренцию. Это приводит к подражанию худшим образцам поведения, к снижению общей культуры аудитории, к потере национального культурного достояния. Конечно, можно говорить о том, что это неотъемлемый элемент процесса глобализации и с этим ничего не поделаешь. Но опыт Франции, Италии, Канады показывает, что можно хранить собственные традиции даже и в условиях глобализации. Журналисты должны пытаться воспроизводить лучшие образцы национальных культурных традиций.

Отдельно нужно сказать о роли журналистики в становлении независимых стран. Опыт постколониальных стран Африки и Азии показал, насколько весомой является роль журналистов в этом процессе. Она заключается в стимулировании становления национальной идентичности, информированного гражданского общества, зрелой экономики.

Журналисты должны помнить о своей ответственности перед теми, кто их слушает, читает, смотрит. Они должны осознавать, что служат своеобразным образцом для наследования.

*Этические требования относительно журналистских сообщений*

К сожалению, с расцветом массовой прессы состоялась вульгаризация содержания медиа. Материалы сенсационного характера, где есть секс, смерть, скандалы, насилие, заняли ведущее место на газетных

колонках, в теле- и радиозфире. Это потворство низким вкусам оправдывается тем, что зритель этого хочет. Но при этом забывается то, что аудитория воспитывается на материалах медиа. И таким образом они сами влияют на воспитание вкусов непритязательной публики.

К сожалению, под воздействием коммерциализации становятся все меньше специализированных изданий и передач, направленных на детскую аудиторию. Такие издания и передачи просто не могут собрать достаточно рекламных средств. Конечно, постепенно ситуация изменится, но пока еще детям фактически нет места на медиа-рынке. Это имеет негативные последствия для общества в целом. Конечно, здесь нужны усилия государства, а не только журналистов. Но журналисты должны нести свою долю ответственности за представление материалов для детской аудитории.

### **Требования к информации**

#### *Требования при работе с информацией*

При работе с фактами и источниками информации журналист должен быть точным и беспристрастным, избегать конфликта интересов и ответственно относиться к источникам информирования. Все это необходимо не только для того, чтобы уважать себя и иметь уважение коллег. Без ответственности за каждое слово журналист потеряет доверие читателей и его деятельность не будет иметь смысла.

Журналист отвечает перед своим изданием и аудиторией за а) точность фактов, б) сбалансированность позиций, в) достоверность сведений, г) полноту информации.

#### **Точность**

Журналист должен иметь уверенность в правдивости информации, которую он распространяет. Для этого он должен быть уверенным в надежности источника информации. Если источник не вызывает 100-процентного доверия, считается достаточным проверить информацию в двух других независимых источниках. Журналист должен быть особенно внимательным, чтобы не нанести вреда неполнотой или неточностью информации.

Грубым нарушением этических стандартов является преднамеренное перекручивание фактов, их тенденциозный выбор, распространение лживой или полужливой информации, получения материального поощрения от третьих лиц за публикацию каких-то фактов или мнений.

Часто неточность является результатом обычной журналистской небрежности. К сожалению, в настоящий момент фактически во всех медиа нет бюро по проверке информации, что повышает угрозу добросовестных ошибок. Такие ошибки сильно вредят авторитету и имиджу как всего органа медиа, так и журналиста, который был автором материала.

Непроверенная и неточная информация появляется и в результате нехватки времени, и желания сообщить сенсационную новость раньше, чем другие медиа. Однако часто такие попытки повысить свой авторитет приводят к противоположным результатам. Таким образом, информация, распространяемая медиа, обязательно должна быть проверена.

**Сбалансированность**

Соблюдение этого принципа предусматривает выполнение трех условий: 1) должна быть приведена и проанализирована вся информация, которая собрана журналистами при подготовке материала; 2) журналист должен приводить все основные мнения относительно объекта своего материала; 3) должно быть четко разделено изложение фактов и собственных мнений журналиста. Аудитория имеет право не только знать мнение журналиста относительно того или иного события, но и иметь возможность самой делать выводы из собранного фактического материала.

Отдельно стоит проблема нейтральности журналистских материалов. Журналист должен быть нейтральным, когда работает в информационном жанре. При создании аналитического или художественно-публицистического произведения он имеет полное право на высказывание своей позиции. Нужно только, чтобы аудитория могла четко отделить эту позицию от других мнений и изложения фактов.

**Достоверность**

Журналист отвечает не только по этическим нормам, но и по закону за правдивость сведений, изложенных в его материале. Но, кроме того, следует обратить внимание, что журналист не должен использовать незаконные или недостойные методы сбора информации. Применение таких методов оправдано только в случае острой социальной потребности.

Повышает доверие к материалу ссылки на источник информации. Если информация взята из первоисточника, это сильно повышает доверие к ней. Журналист должен обязательно указывать, был ли он участником события, а если материал пишется по свидетельствам других лиц, следует, кроме проверки правдивости их слов, указывать насколько они были близки к событию, не есть ли их слова изложением слов других свидетелей. Даже когда приводят мнения или суждения, обязательно следует указывать на все случаи, когда эти мнения принадлежат не журналисту. Иначе аудитория будет воспринимать их как высказывание журналистской позиции.

Конечно, медиа должны передавать информацию максимально оперативно, но это не должно вредить проверке материалов на их достоверность. Предание огласке недостоверных сведений нанесет намного больше вреда, чем задержка, которая вызвана необходимостью проверки.

**Полнота**

Еще одним важным условием всестороннего сбора и представления информации является полнота освещения фактов. В медиа должны быть представлены все значимые факты по рассматриваемой проблеме, без исключений и купюр. Неполная картина искажает действительность в глазах аудитории. Тенденциозный отбор фактов является грубым нарушением этических и профессиональных стандартов.

*Проверка данных и исправление ошибок*

Журналистское слово должно всегда основываться на фактах. Причем все факты необходимо тщательным образом проверять. Проверка важна даже в тех случаях, когда факты были раньше опубликованы



или кажутся целиком очевидными. При этом рассмотрение героя или проблемы публикации должно быть всесторонним.

Именно в этом заключаются необходимые усилия по достижению объективности, непредубежденности позиции журналиста.

Журналист для проверки информации должен пытаться лично встречаться с лицами, которые стали героями его материалов. Особенно это важно, если они стали героями негативными. Люди имеют право знать точку зрения всех сторон любого конфликта.

Журналист должен пытаться указывать на свои источники информации. Аудитория имеет право сама делать вывод о достоверности и непредубежденности этих источников.

Скрытие источников информации возможно только в виде исключения. При этом нужно обязательно выяснить мотивы, по которым источники информации хотят остаться анонимными. Если журналист соглашается на условия своих источников, то он обязательно должен придерживаться обещания.

В случае, если ошибка все же допущена (а это время от времени бывает в любом медиа) нужна срочно ее признать и опровергнуть. Это не приведет к падению авторитета медиа (конечно, если ошибки там не стали повседневным явлением), а наоборот заверит аудиторию в том, что на первом месте у журналистов стоит задание ее точного и достоверного информирования.

#### *Соответствие информации действительности*

Важно также, чтобы заглавия материалов, тексты к иллюстрациям отвечали содержанию материалов. Если заглавие не касается основного содержания, то читатель будет чувствовать себя обманутым и будет склонен к тому, чтобы поменять источник информации. Частым, к сожалению, есть использование фотоснимков для иллюстрирования событий, на которых эти снимки не делались. Редакция, таким образом, якобы подтверждает свою солидность, но рано или поздно такой обман будет замечен и авторитет газеты пострадает намного больше. Подобным является использование архивного видеоряда на телевидении без указания на то, что это было снято раньше. Смонтированные фото- и видео материалы должны обязательно иметь соответствующую отметку. Недопустимы инсценировки событий для удачного фото- или видео материала. Если по замыслу нужно воспроизвести событие, то читатели, зрители и слушатели должны быть четко информированы об этом. То есть, аудитория всегда имеет право знать настоящие это съемки события, или они были сделаны в другое время.

Нельзя также репетировать с настоящими героями события, которые должны состояться. Абсолютно недопустимы инсценировки в информационных жанрах. Нельзя использовать постановочные элементы при записи интервью. То есть аудитория должна видеть картинку, максимально приближенную к реальности. Журналистика — это не художественная фото- или киносъемка.

Провалом закончилась одна из наиболее известных попыток инсценировки — публикация «Мир Джимми» Джанет Кук. Эта история увидела мир 29 сентября в 1980 г. на страницах газеты «The Washington Post». Журналистка рассказала об ужасной истории 8-летнего мальчика

из трущоб, которого отчим приучил к героину и который мечтает стать наркодилером. Д.Кук отказалась назвать адрес мальчика, говоря, что тогда его жизнь будет под угрозой. В апреле в 1981 г. журналистка получила Пулитцеровскую премию. Но потом выяснилось, что она солгала о важных фактах своей биографии. В частности, выяснилось, что она не имеет высшего образования и не владеет иностранными языками (в биографии при приеме на работу она утверждала обратное). Тогда редактор стал требовать доказательств, что Джимми существует. Журналистка признала свою ложь. Премия была отменена, а Д.Кук осталась без работы. Это типичный конец инсценизации информации.

#### *Отделение фактов от комментариев*

При изложении фактов их обязательно нужно четко отделять от мнений, суждений, комментариев. Это — один из основных принципов хорошей журналистики. Факты нужно сообщать независимо от того, чьи интересы они поддерживают, а чьи ущемляют. То есть факт имеет самоценное значение, и его укрывательство (если он имеет общественный вес) недопустимо.

Считается бесспорным один из канонов журналистики, который американское общество редакторов приняло еще в 1923 г.: «Необходимо проводить четкую границу между информационным сообщением и высказыванием мнений. Информационные сообщения должны быть свободными от высказывания любого мнения или пристрастия во всяком виде». Он коротко выражен лозунгом «news not views» (новости без мнений).

Позиция журналиста при изложении фактов должна проявляться в их полном отборе, последовательности освещения, а не в навешивании ярлыков. Если комментарий нужен, то лучше, чтобы его давали независимые авторитетные эксперты, а не политики или журналисты.

Нужно отметить, что в науке недостаточно внимания уделялось вопросам разработки теории массовой коммуникации. Прорывом здесь можно считать докторскую диссертацию Н.В.Костенко «Ценности и символы в массовой коммуникации» [Костенко Н.В., 1994].

Конечно, необходимо признать, что совершенной теории массовых коммуникаций, которая бы удовлетворяла все требования этого сложного постоянно-развивающегося явления, еще нет. Кстати, об этом говорят много авторов, в частности Н.В.Костенко [Костенко Н.В., 1994: 4]. Но, естественно, это не может остановить процесс исследований массовой коммуникации.

### 3.2. Модели массовой коммуникации

Вообще, прежде чем рассматривать массовокоммуникационную модель необходимо сказать о том, какие требования стоят перед социологическими моделями вообще. Модель должна словесными, символьными или графическими средствами выражать специфику данного процесса. Кроме того, модель должна соотноситься с моделями других общественных явлений. Т.е. модель в специальных символах должна отражать реальный мир. Естественно, полностью это невозможно, т.к. действительность слишком многогранна для отражения в строгой форме. Таким образом, модели отражают какую-либо сторону рассматриваемого процесса, определенные его свойства, функции и т.д. Моделирование процесса является одним из общесоциологических методов изучения реальности. Для его применения необходимо знать структурно-функциональные, а в некоторых случаях и причинно-следственные связи в объекте.

Принято считать, что первую модель коммуникации предложил Аристотель в своем произведении «Риторика». Она состояла всего из трех компонентов: оратор — предмет речи — аудитория. На основе этого можно составить простейшую схему коммуникации: коммуникатор (отправитель) → сообщение → аудитория (реципиент, получатель) (или Издатель → Канал → Аудитория, как у И.М.Лубковича [Лубкович И.М., 2005: 133]). Эта схема показывает минимальное количество участников коммуникации и суть происходящего процесса — передачу сообщения. Таким образом, она является универсальной и составляет основу почти всех моделей коммуникации.

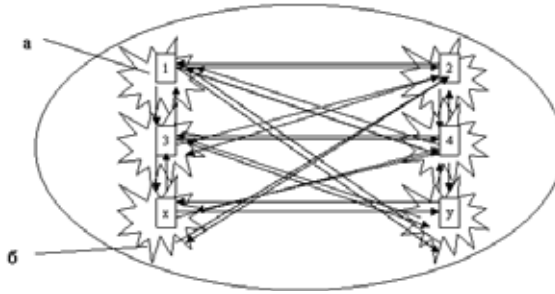
Известный украинский ученый В.В.Ризун так изобразил простейшую словесную теоретическую модель:



[Ризун В.В. а].

При этом коммуникант (1) инициирует процесс установления или поддержания контакта с коммуникатом (2). На этот процесс влияют ситуация, социально-психологические особенности коммуникаторов (а) и духовное и профессиональное единство участников коммуникации (б).

Более сложная модель выглядит так:

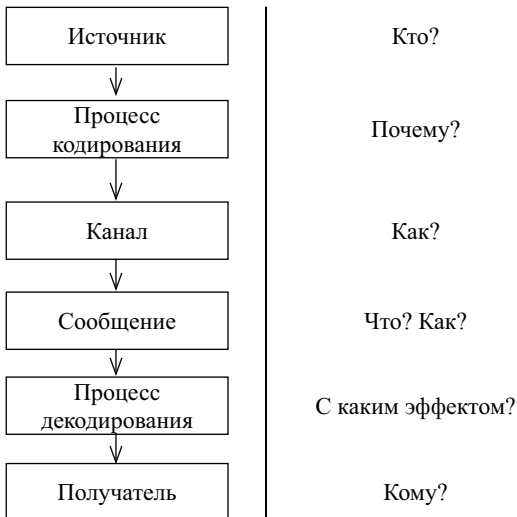


[Рисунок В.В. а].

Тут коммуникация отображена как широкий спектр отношений между коммуникаторами, причем количество коммуникаторов неограниченно.

Наиболее известна модель, предложенная известным социологом Г.Д.Лассуэлом. Она состоит из пяти компонентов (сформулированных в виде вопросов): Кто передает? — Что передает? — По какому каналу? — Кому? — С каким эффектом? Т.е. тут имеется в виду: Коммуникатор — Содержание — Канал — Аудитория — Результативность. Модель Г.Д.Лассуэлла дает возможность изучать процесс коммуникации с когнитивной точки зрения, представить его как объект изучения. Естественно, при изучении процесса массовой коммуникации по парадигме Г.Д.Лассуэлла нужно четко придерживаться показателей. Так, коммуникатор — это не «средства массовой коммуникации» (как считают отдельные ученые [Шеремет А.Н., 2003: 31-32]), которые, естественно, относятся к каналам коммуникации. И сам Г.Д.Лассуэлл, и другие ученые пробовали усовершенствовать эту схему, в частности добавляли параметр цели коммуникации, но она прижилась именно в таком виде. Представленная модель явно характеризует процесс массовой коммуникации со структурно-функциональной точки зрения.

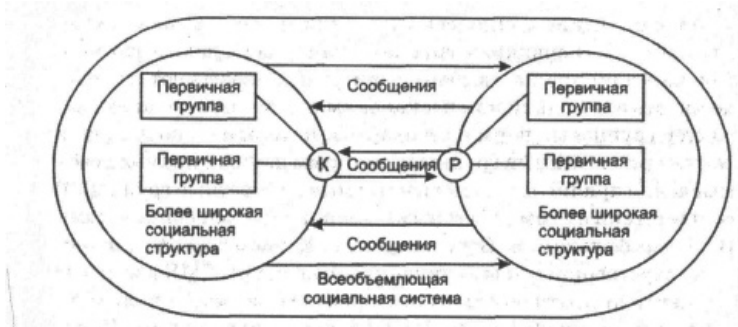
Подобную модель также разработал О.Холсти. К вопросам Г.Лассуэлла он добавил еще один: «Почему?».



О.Холсти создавал свою модель с прагматической целью. Он использовал ее для обоснования направлений контент-анализа [по Почепцов Г.Г., 2001: 232].

Серьезные изменения в базовую модель коммуникации внес П.Лазарсфельд. В результате исследований электорального поведения под его руководством выяснилось, что передача информации масс-медиа прямо не перерастает в передачу влияния. В цепочке масс-медиа — аудитория — эффект есть важный посредник. Это так называемые лидеры мнений. Именно они составляют как бы еще одну ступень в передаче информации, и именно они в ходе межличностного общения передают влияние. В каждой теме обсуждения свои лидеры мнений. Могут быть лидеры мнений разного уровня, начиная от международного или общенационального. Этот феномен широко используется в рекламе. Позже ученик П.Лазарсфельда Э.Кац расширил двухступенчатую модель коммуникации до многоступенчатой.

Дж. и М.Райли в своей модели показали влияние на индивида широких социальных структур. Они назвали свою схему динамической социологической моделью взаимного коммуникативного общения между членами группировок К (коммуникатор) и Р (реципиент).



[по Ахмадулин Е.В., 2006: 98].

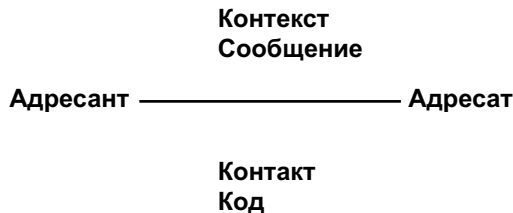
Коммуникатор и реципиент по этой модели являются не изолированными акторами, а членами социальных групп. При этом в процессе массовой коммуникации фиксируется обратная связь, т.е. восприятие коммуникатором реакции реципиента на сообщение. Все это осуществляется в рамках социума.

Р.Якобсон предложил свою модель массовой коммуникации: адресант — адресат — контакт — код — контекст — сообщение. Естественнаучные и технические представления о процессе коммуникации, как считает кибернетика, дают такую схему этого процесса: источник информации, передатчик, сигнал, шум, приемник, информация, получатель. А обобщенная модель массовой коммуникации приобретает соответственно такой вид: источник информации — информация — передатчик — сигнал — приемник — получатель — шум [Новик И.Б., 1963]. Ж.Фаже — автор и составитель «Словаря медиа» [Fages J.V., 1971], комментируя схему Р.Якобсона, указывает на функции ее компонентов: отправитель самовыражается (экспрессивная функция) лицом к лицу с получателем (конативная функция), он делает ценностью

процесс общения (поэтическая функция), соотносится с реальностью, то есть контекстом (функция соотношения) и входит в контакт со своим собеседником (фатическая функция), проверяет примененный код (металингвистическая функция) [Fages J.V., 1968: 59]. Некоторые исследователи дают несколько иной набор функций, например, меняя поэтическую функцию на риторическую.

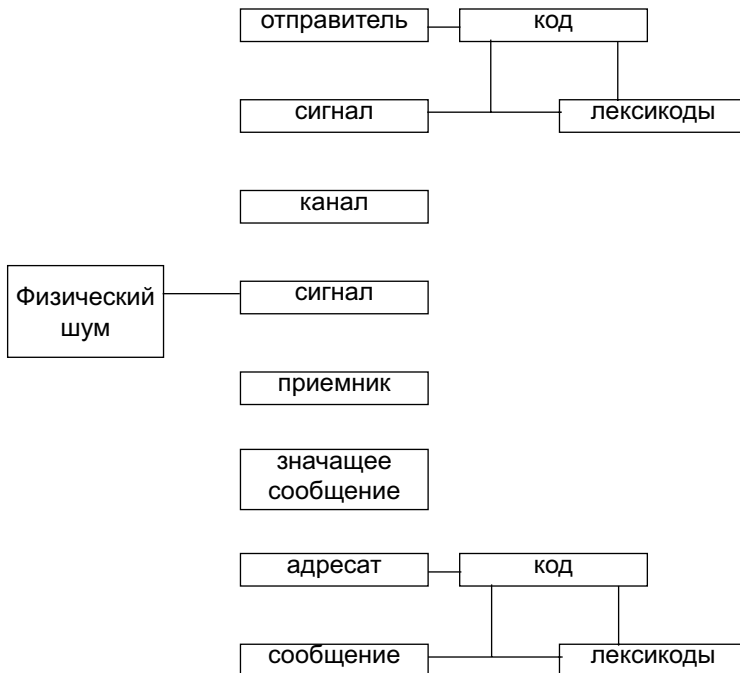
Кроме того, Р.Якобсон дал свое видение природы знаков. Он считал, что нельзя четко поделить знаки на иконы, символы и индексы (как у Ч.Пирса), что знаки обладают всеми этими чертами, но у разных знаков происходит преобладание разных характеристик.

Графически Г.Г.Почепцов представил модель Р.Якобсона таким образом:



[Почепцов Г.Г., 2001: 55].

Свою семиотическую схему коммуникации предложил и У.Эко:



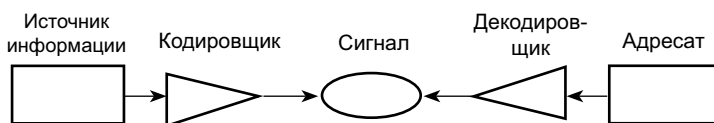
[Эко У., 1998: 74; Почепцов Г.Г., 2001: 65].

Известные американские исследователи массовой коммуникации У.Шрамм и Ч.Осгуд в середине 50-х гг. XX ст. выдвинули сбалансированную циркулярную модель массовой коммуникации. Тут участники коммуникации выступают как равноправные партнеры, а прямая связь уравнивается обратной. В социологии принято подобный симметричный обмен информацией называть интеракцией. Он отличается от собственно обратной связи. Обратная связь направляется реципиентом коммуникатору навстречу основному потоку информации, а при интеракции происходит симметричный обмен информацией между участниками коммуникации. В целом, получается цепочка: кодирование — сообщение — декодирование — интерпретация — кодирование — сообщение — декодирование — интерпретация. Так выглядит модель массовой коммуникации У.Шрамма и Ч.Осгуда:



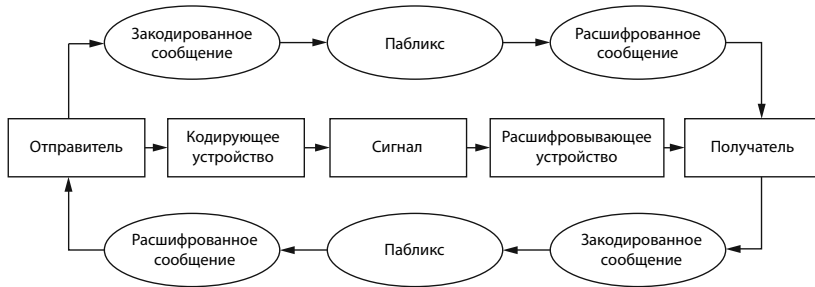
[Шульц В. б, 2007: 625].

Сам У.Шрамм представлял себе свою модель таким образом:



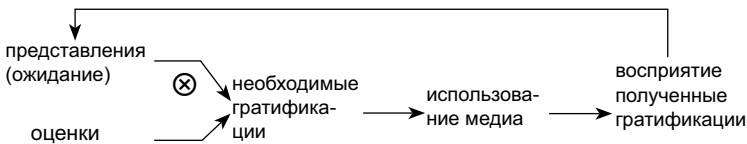
[Schramm W. a, 1954; Шульц В. б, 2007: 624].

В расширенном виде Е.В.Ахмадулин описывает модель так. Первый компонент модели У.Шрамма — это идея или импульс, возникший у коммуникатора, второй — формальное выражение, т.е. кодирование идеи. Оно содержит в себе сообщение для передачи. Сигнал из кодирующего устройства поступает в расшифровывающее, там происходит интерпретация сообщения. Затем сообщение попадает к получателю. Вместе с тем, сообщение может идти и через различные организации, которые У.Шрамм называет «пабликс». Существует также обратная связь, т.е. отклик, реакция получателя на сообщение, которая может быть воспринята коммуникатором.



[Ахмадулин Е.В., 2006: 96].

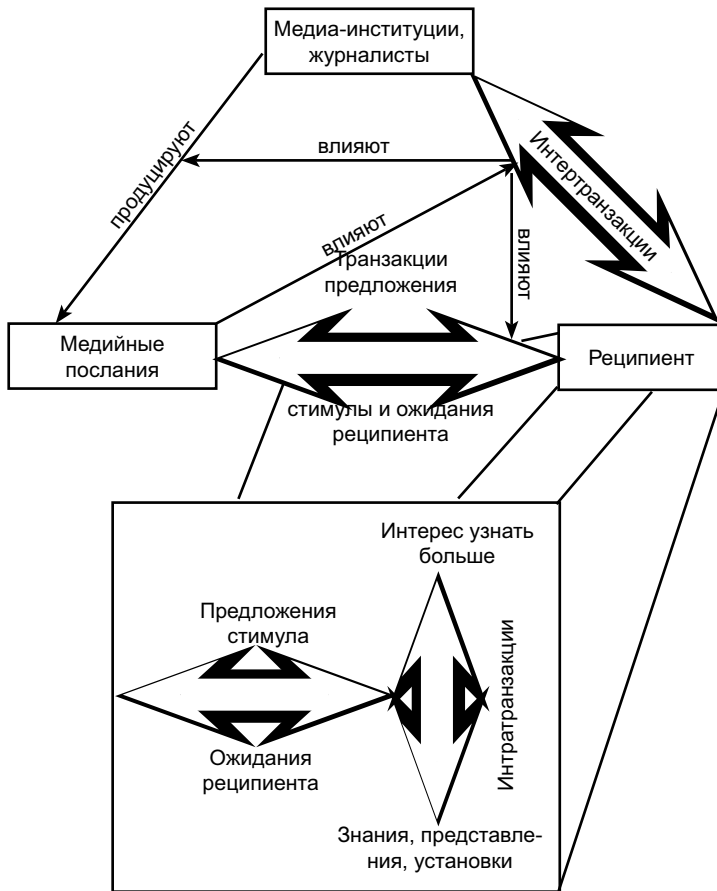
Процессы обратной связи разрабатывали Дж.Рейбурн и Ф.Палмгрин. Они предложили модель ожиданий и оценок. При этом авторы модели исходили из того, что ожидания реципиента играют важную роль как на докоммуникационном этапе (выбор определенного источника информации), так и на послеккоммуникационном (объем и содержание сохраненной информации, реакция на нее).



[Rayburn J.D., Palmgreen Ph., 1984; Шульц В. б, 2007: 641].

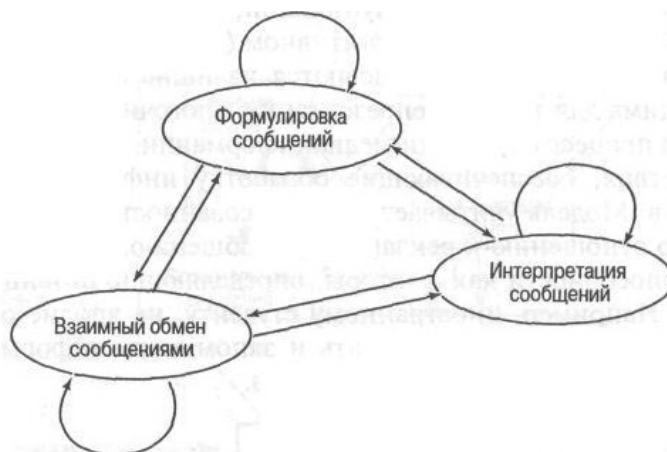
В процессе коммуникации реципиент ожидает определенного удовлетворения своих потребностей. При этом он не просто отбирает медиа и сообщения для восприятия, но и активно интерпретирует информацию в процессе восприятия сообщения в соответствии со своим опытом, знаниями, установками. Немецкий ученый Р.Бауэр для обозначения процесса информационного обмена между коммуникатором и реципиентом применил термин «транзакция» по аналогии с обменом товарами и ценностями в экономике. В.Фрю и К.Шонбах разработали модель информационной транзакции. При этом подчеркивается ее динамичный характер, т.е. изменения в поведении коммуникатора и реципиента в процессе коммуникации. Взаимодействия между участниками коммуникации (интертранзакции) дополняются процессами в сознании этих участников (интратранзакциями). Т.е. тут ученые попытались объяснить причины достижения эффектов.





[Früh W., Schönbach K., 1982; Шульц В. б, 2007: 643-644].

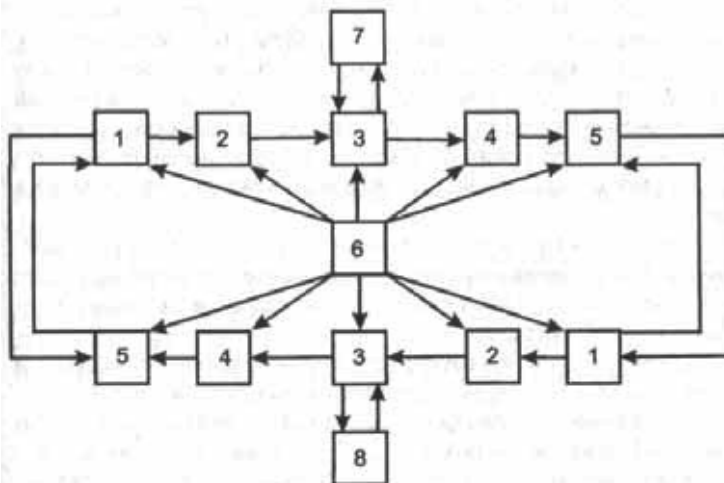
Дж. Брайант и С. Томпсон сравнивают немногочисленные транзактные модели с банковскими транзакциями. По отношению к коммуникации тут предусматривается передача и прием информации, учитывается характер сообщения и психологическая ориентация представителей аудитории как факторы, влияющие на эффект. При этом приводится модель, которая была сформулирована в отчете Бюро технической оценки проектов США, в которой выделено в рамках коммуникации три процесса: формулировки, интерпретации и обмена сообщениями. Это микроаналитическая транзактная модель.



[по Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 26-27].

Еще одной моделью массовой коммуникации является теория американского ученого М.де Флера. Вот как он ее формулирует: инициализирующее сообщение — определенные (или неопределенные) социально-культурные процессы групп — создание или изменение поведения групп — достижение изменения в соответствующем направлении. Модель М.де Флера опирается и на теорию референтных групп, и на определение теории массовой коммуникации Б.Берельсона, которое он дал в книге «Коммуникация и общественное мнение»: «Некоторые виды сообщений, которые распространяются разными средствами и попадают в круг внимания разных людей в определенных условиях и осуществляют определенное влияние» [Berelson B., 1948: 500].

Е.В.Ахмадулин так изображает эту модель:



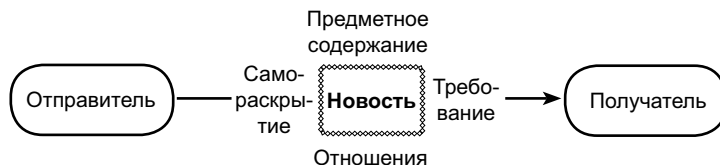
[Ахмадулин Е.В., 2006: 87].

1 тут источник, 2 — передатчик (коммуникатор), 3 — канал, 4 — приемник, 5 — цель, назначение, 6 — шум, 7 — канал коммуникации, 8 — служба обратной связи.

Дж. Брайант и С. Томпсон называли модель М.А. Де Флера и С. Болл-Рокеша моделью медиазависимости, которая показывает воздействие массовой коммуникации на социальном уровне. Тут предполагается возрастающая зависимость индивидов от информации масс-медиа в современном обществе. Уровень зависимости и интенсивность воздействия медиа связаны со степенью стабильности общества и степенью социальной важности масс-медиа как источника информации. Ученые рассматривают взаимоотношения и взаимодействия между масс-медиа, обществом и аудиторией

[по Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 29].

С определенными ограничениями можно использовать при изучении процесса массовой коммуникации модель Ф.Шульца фон Туна, который, используя наработки П.Вацлавика и К.Бюлера, попытался объяснить систему интенций и референций в процессе интеракции. Он особо выделил самораскрытие, требование и предметное содержание.



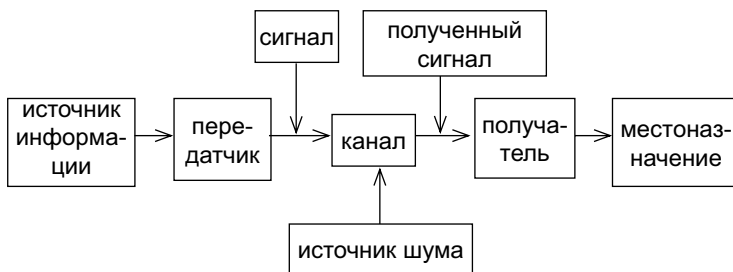
[Schulz von Thun F., 1981; Шульц В. б, 2007: 639].

Открытие ряда важных феноменов процесса массовой коммуникации связано с именем известной немецкой исследовательницы Э.Нозль-Нойманн. Особенно известна ее теория спирали молчания. Согласно ней индивид склонен высказываться только в том случае, если имеет поддержку. Если же его точка зрения замалчивается, то он склонен молчать (чтобы не остаться в меньшинстве). В этом случае может сложиться иллюзия, что замалчиваемая точка зрения вообще не пользуется поддержкой членов общественной группы. Естественно, она не будет учитываться при принятии решения. Таким образом, масс-медиа являются значительным фактором формирования общественного мнения, замалчивая одни точки зрения и выдвигая другие.

Особо стоит выделить модель коммуникации К.Шеннона-У.Уивера. Это одна из линейных моделей, которая представляет коммуникацию по типу «стимул-реакция». Исследуя технические аспекты передачи информации по каналам связи, ученые выделили три аспекта: технический, семантический, эффективности. Первый связан с точностью передачи информации, второй — с одинаковостью интерпретации информации отправителем и получателем, третий — насколько информация изменяет поведение получателя. К.Шеннон разделил коммуникатора на источник информации и отправителя (передатчик), а реципиента — на получателя и адресата (место назначения). Трансформированное для передачи техническими средствами (а именно такой вид переда-

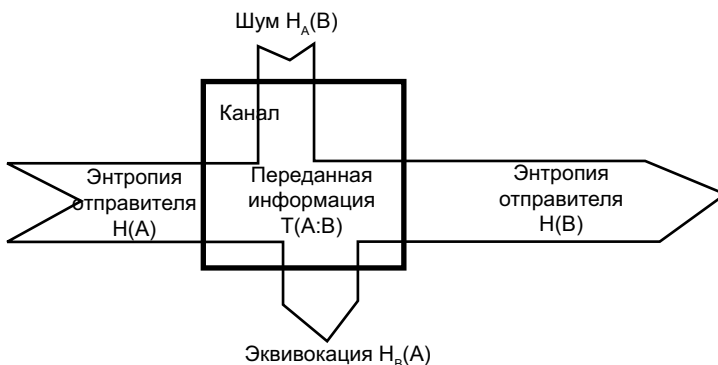
чи информации рассматривался К.Шенноном) сообщение было названо сигналом.

Графически Г.Г.Почепцов представил модель К.Шеннона таким образом:



[Почепцов Г.Г., 2001: 229].

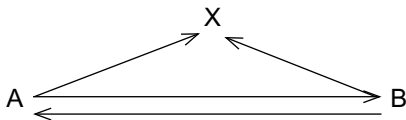
Особое внимание стоит обратить на источник шума, т.к. он может полностью извратить информацию в сообщении. Шум может быть двух видов: добавление irrelevantной информации и потеря релевантной. Потеря обозначается термином эквивокация, а сохраненная релевантная информация, как транс информация. Эти моменты особо выделил в своей схеме К.Криппендорф.



[Krippendorff K., 1986: 25; Шульц В. В., 2007: 625].

Б.Уэстли и М.М.МакЛейн-мл. распространили действие модели Шеннона-Уивера на все виды коммуникации. Они включили в модель механизм обратной связи и фильтрации, т.е. гейткипера.

Интересна также модель Т.Ньюкомба. Он описал отношения между агентами общения, а также между ними и объектом речи.

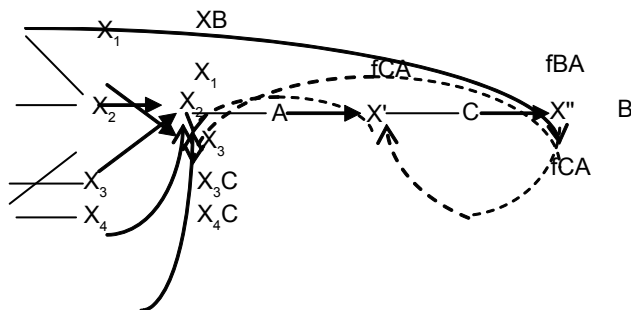


Тут возникают четыре вида ориентации: А к X, А к В, В к X, В к А. Тенденция коммуникации определяется стремлением к симметрии. При положительном отношении между А и В будет совпадать их отношение

к  $X$ . Если отношения между агентами будут отрицательные, то отношение к объекту будет не совпадать. При этом одинаковое отношение к объекту при отрицательном отношении агентов друг к другу рассматривается как ненормальное. В этом случае, по Т.Ньюкомбу, коммуникация будет стремиться к выравниванию [по Почепцов Г.Г., 2001: 231].

На комплексное рассмотрение процесса коммуникации претендует и модель Уэстли и МакЛина.

Выглядит она следующим образом:

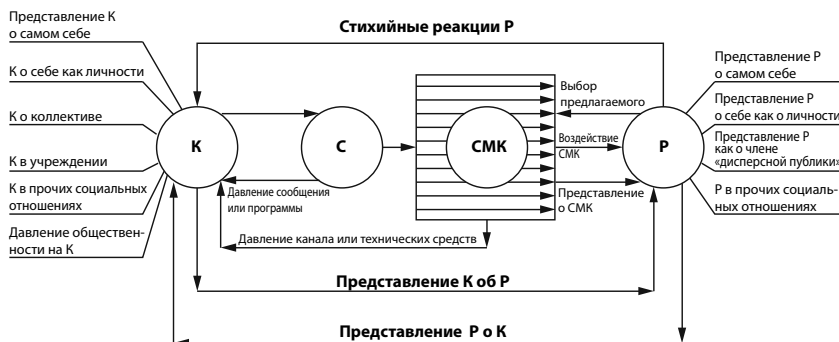


Объясняется эта схема следующим образом. Коммуникатор  $A$  отбирает факты действительности  $X_1, X_2, X_3$  и  $X_4$ , интерпретирует их  $X'$  и передает реципиенту  $B$  через канал  $C$ . Причем канал также искажает информацию  $X''$  [Шкробко О.М., 2003: 228]. Как видим в этой модели учитывается коммуникатор, событие, сообщение, аудитория и канал коммуникации. Причем учтены шумы, которые возникают при интерпретации сообщения и его передаче. Однако тут вообще не обращается внимание на факторы достижения эффективности сообщения.

Д.Рили и М.Вайт несколько усовершенствовали базовую схему коммуникации, поместив коммуникатора, реципиента и сообщение в трехуровневую среду: социальная группа, социальный институт, социум. Д.Барло помещает коммуникатора и реципиента в социальную культурную среду, которая проявляет свою активность при помощи системы обратной связи. А успех коммуникации, по его мнению, зависит от совпадения установок и знаний отправителя и получателя. Циркулярную модель коммуникации создал Г.Малецки. Тут коммуникация представляет собой циклический обмен информацией, причем под медиумом исследователь подразумевал и канал коммуникации, и носитель информации. Также были введены понятия «имидж коммуникатора» и «имидж получателя». Еще одна циркулярная модель была предложена Э.Андерс, Л.Стаатсом и Р.Бостромом. Она представляет собой два уровня, причем на первом создаются стимулы для обмена «сообщение-ответ», само же коммуникативное действие происходит на втором. Российский ученый Ф.И.Шарков предложил модель социального атомизма. Она строится на принципах целостности и социальной завершенности элементов коммуникативной системы [Шарков Ф.И., 2003: 48-53].

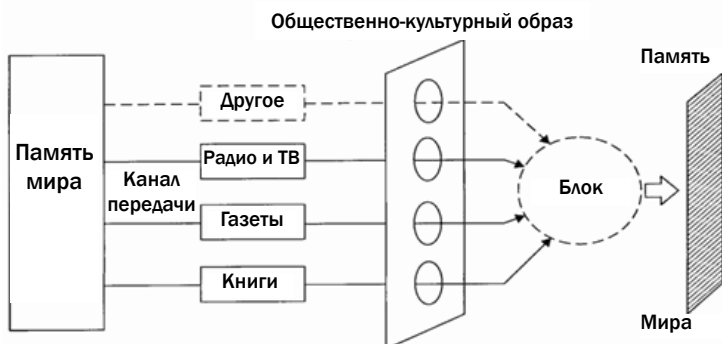
В своей модели Г.Малецки рассматривал четыре компонента коммуникации: 1) высказывающий, 2) высказываемое; 3) средство распространения и 4) воспринимающий. По мнению немецкого ученого, эти компоненты составляют поле коммуникативных зависимостей или коммуникативное поле. Из этого следует, что недостаточно проанализиро-

вать названные четыре фактора, надо еще изучать их взаимосвязи. Сообщение С попадает от коммуникатора К к реципиенту Р только через каналы массовой коммуникации. Эти каналы из-за своих технических особенностей модифицируют переживания Р, а следовательно и воздействие С. При этом в процессе массовой коммуникации Р также активен: именно он селекционирует С и определяет их объем и характер. Это зависит от структуры личности, ее опыта, интеллекта, интересов, но прежде всего, по мнению Г.Малецки, от ситуации, в которой находится реципиент в момент восприятия информации и его состояния. При этом важно, что, с одной стороны, Р имеет социальные связи, а, с другой, при процессе массовой коммуникации он становится членом дисперсной публики. Что касается К, то его влияние на С очень велико, так как именно он отбирает информации и изготавливает С. При этом роль играет и его личность, и социальные связи. Влияние на поведение и Р, и К имеет их самооценка и самоопределение в обществе. Канал массовой коммуникации свою специфику влияет не только на Р, но и на К.



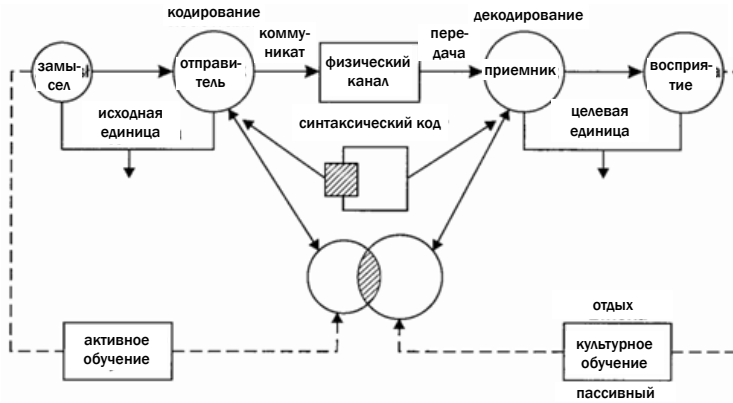
[Ахмадулин Е.В., 2006: 102-107].

Две модели коммуникации с точки зрения представлений о мозаичности культуры разработал выдающийся французский ученый А.Моль. Первая модель (1967 г.) представляет культуру неупорядоченной, имеющей мозаическую структуру с элементами разной ценности.



[по Різун В.В. а].

Вторая модель (1971 г.) построена на базе моделей У.Шрамма и К.Шеннона. Тут заложена возможность самообучения получателя информации под влиянием коммуникатора.



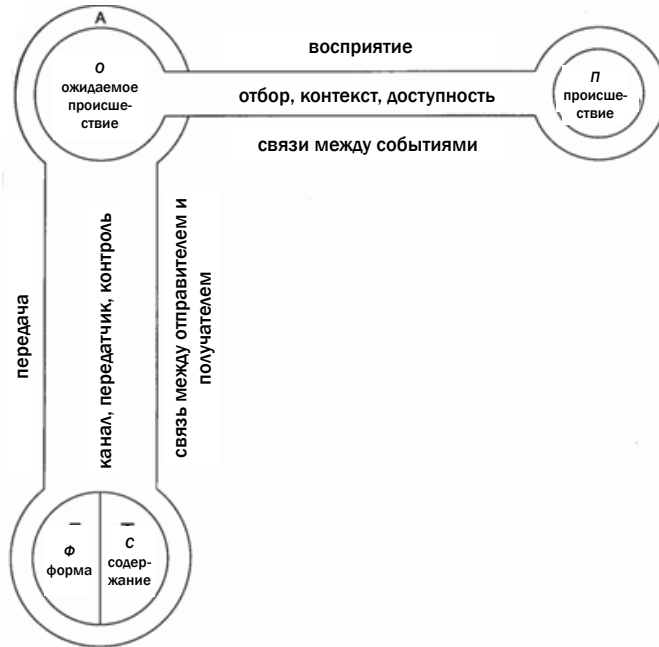
[по Ризун В.В. а].

Социально-культурологическую модель выдвинул также английский ученый А.Тудор. Он показал, что процесс коммуникации имеет двойную обусловленность: социальной структурой и культурой.



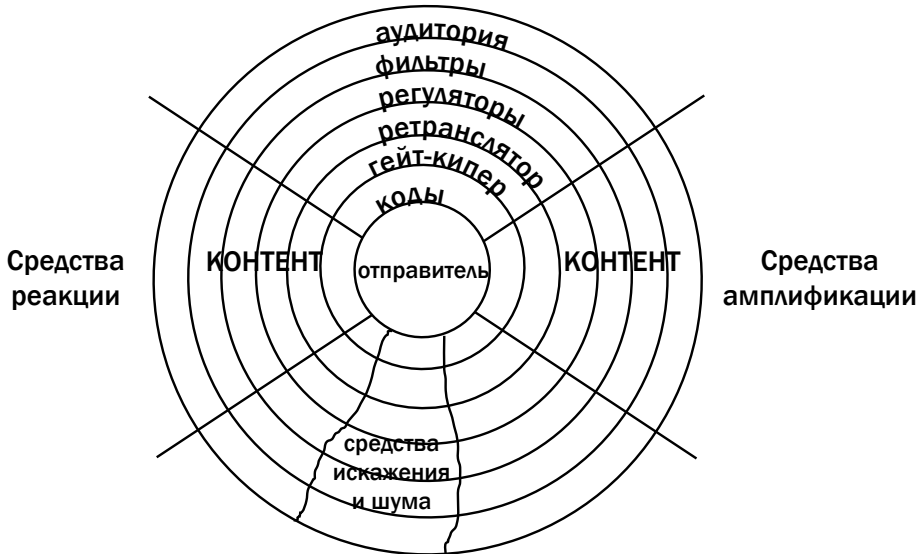
[по Ризун В.В. а].

Дж.Гербер выдвинул культивирующую модель коммуникации. Она предусматривает четыре компонента: событие, получатель, сообщение, сигнал. При этом как связь между компонентами рассматриваются доступ к каналам коммуникации, отбор информации для сообщения, медиаконтроль. Д.Гербнер считал, что масс-медиа не только служат фактором влияния, но и сами становятся его объектом со стороны источников информации.



[по Різун В.В. а].

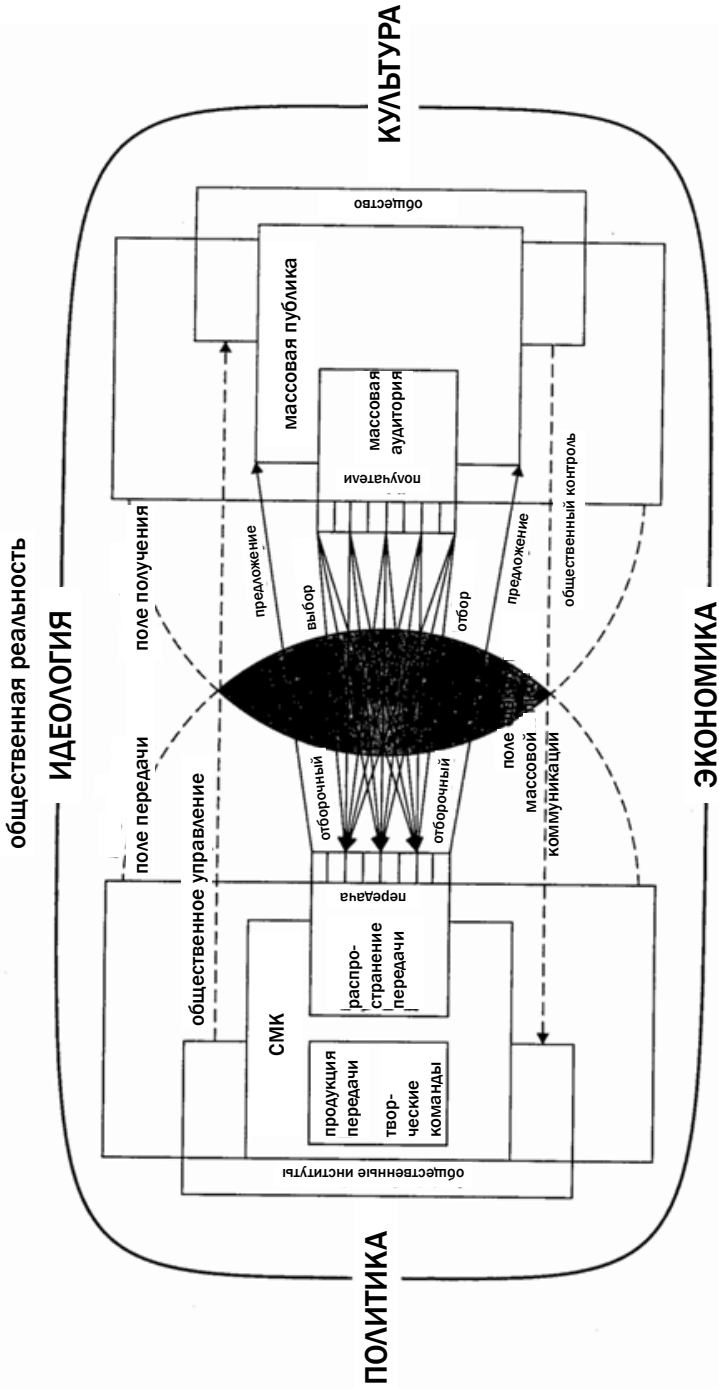
Стоит выделить также модель волны американских ученых Геберта, Унгурайта и Бона, которая демонстрирует фазы процесса коммуникации. Эти фазы существенно влияют на содержание сообщения.



[по Різун В.В. а].

Польский ученый Т.Гобан-Клас предложил синтетическую модель коммуникации, в которой попробовал соединить все остальные модели.





уровень развития продуктивных сил (в т.ч. — технологии коммуникации)

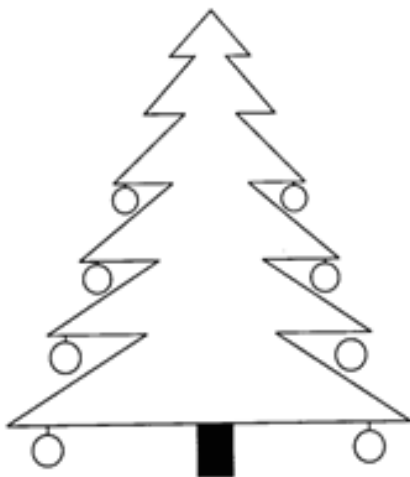
[по Різун В.В. а].

К частным моделям журналистики, а вернее даже отбора информации, относится модель гейткипера американского исследователя К.Левина. Она возникла после того, как во время Второй мировой войны была поставлена задача провести пропагандистскую кампанию с целью склонить американских потребителей мясных продуктов на внутреннем рынке к употреблению субпродуктов. Для этого К.Левин провел исследование, которое выявило, что домохозяйки являются своеобразными гейткиперами (привратниками), которые решают, что попадает на стол в семье. Позже эта модель нашла свое подтверждение при исследовании отбора новостей редакторами масс-медиа. Многочисленные исследования показали, что гейткиперы при отборе новостей сознательно или бессознательно пользуются, в основном, своими представлениями о том, что актуально для их аудитории.

У.Гемсон выдвинул конструктивную модель коммуникации. Она, по мнению ученого, функционирует на культурном и когнитивном уровне. На первый план тут выдвигается проблема интерпретации. У.Гемсон выдвинул такие составляющие эффектов масс-медиа: «1. Работа с определением «идеи дня», раскрывающей, как масс-медиа дает людям ключи к пониманию действительности. 2. Работа в рамках президентских гонок, где пресса влияет на оценки людей. 3. Феномен спирали молчания, показывающий, как пресса, предоставляя голос меньшинству, заставляет большинство ощущать себя в качестве меньшинства и не претендовать на публичное говорение. 4. Эффект культивации, когда художественное телевидение своим массовым показом, к примеру, насилия влияет на муниципальную политику, диктуя приоритеты» [по Почепцов Г.Г., 2001: 243].

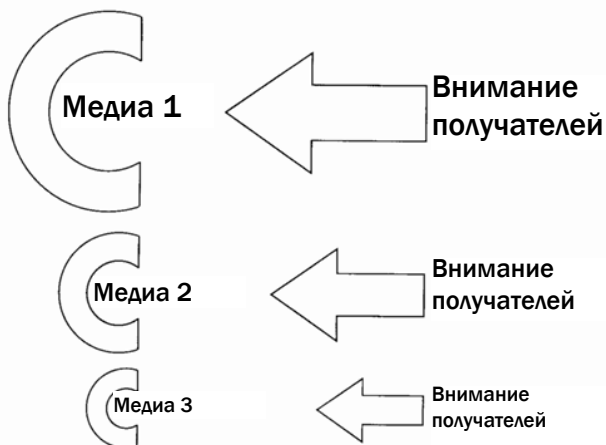
Модель новостного сообщения предложил Т.ван Дейк. В его структуру входит краткое содержание, обстановка, направленность, осложнение, развязка, оценка, код. При этом также возможны искажения и манипуляции. Например, журналисты часто приводят мнения авторитетных лиц, которые комментируют события. Это (если они являются национальными лидерами мнений) прямо влияет на формирование общественного мнения. Таким образом, функция информирования без влияния нарушается.

Экспрессивную или ритуальную модель предложил Дж.Карей. Коммуникация тут выражена в таких категориях как участие, дружба, братство, общая вера. Она направлена не на распространение сообщений в пространстве, а на поддержание сообщества во времени, т.е. поддерживает единство в социальной группе. Елка тут обозначает общие интересы коммуникаторов.



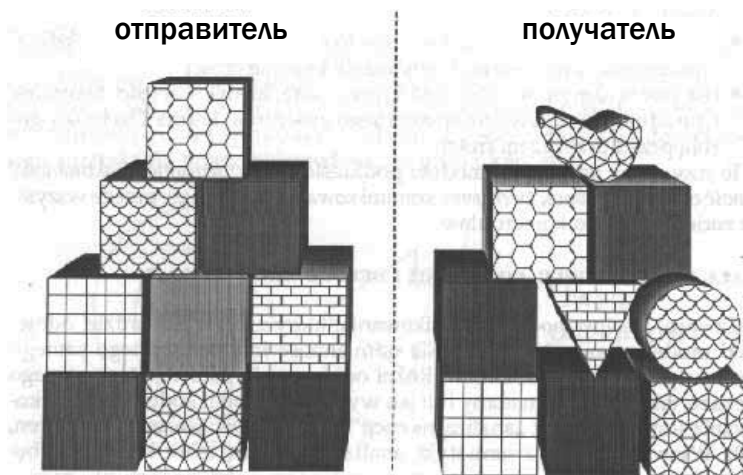
[по Різун В.В. а].

Выделяется также модель коммуникации как демонстрации и привлечения внимания. В основе модели лежит идея привлечения и удержания внимания аудитории не к сообщению, а к медиа. При этом цель привлечения внимания полностью лежит в экономической сфере. Модель представляет акт коммуникации как спектакль, в котором аудитория играет исключительно роль зрителя.



[по Різун В.В. а].

Модель рецепции опирается на представление, что процесс коммуникации состоит из актов кодирования и декодирования информации. При этом подчеркивается активная роль получателя информации: именно от него в большей мере зависит содержание раскодированного. К этому типу относится модель кубиков, т.е. коммуникатор отправляет кубики, а уже получатель составляет из них смысловую конструкцию.

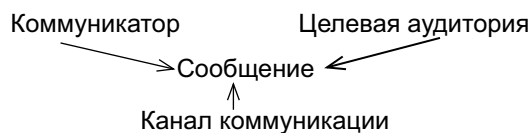


[по Різун В.В. а].

Детально проблему модели коммуникаций разрабатывал в своих трудах известный ученый Г.Г.Почепцов. Вообще, под коммуникацией он понимал «процессы перекодировки вербальной в невербальную и невербальной в вербальную сферы» [Почепцов Г.Г., 2001: 15, и далее]. Причем, если устная коммуникация — это перекодировка вербальной в невербальное, то письменная имеет противоположное направление.

Стандартная модель коммуникации при этом была очерчена так: источник → кодирование → сообщение → декодирование → получатель.

Особо Г.Г.Почепцов рассматривал коммуникационные модели с точки зрения паблик рилешнз, рекламы и пропаганды. В этих ситуациях «коммуникатор пытается внести изменение в коммуникацию, чтобы перевести своего адресата на новый/иной тип поведения». При этом модель факторов, влияющих на коммуникационную ситуацию, представляется в таком виде:



Ключевыми для коммуникатора он считал следующие элементы: целевая аудитория, канал, метакommunikативные знания, контекст, а успех коммуникации — зависящим от умения коммуникатора оперировать на этих уровнях коммуникации.

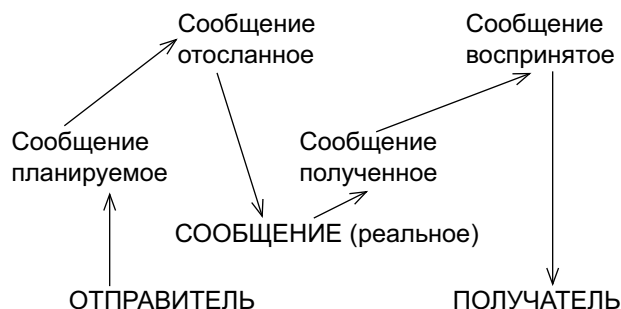
С точки зрения управления коммуникационными процессами (в сфере массовой коммуникации) Г.Г.Почепцов отмечает такие возможности:

<i>Управление содержанием</i>		<i>Примечания</i>
<b>формального плана</b>	недопуск события в информационное пространство	целью является вытеснение события из информационного пространства
	запрет на появление тех или иных лиц	
<b>содержательно-го плана</b>	уменьшение значимости события	целью является изменение приоритетов события в информационном пространстве
	подчеркивание отрицательных характеристик	

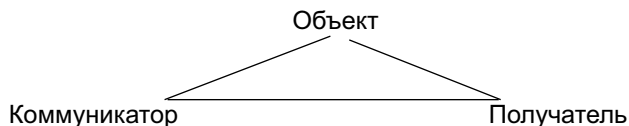
Управление формой он также разбивает на два плана: содержательный, когда подается иной фактаж, и формальный, когда перед или после события дается его автономная оценка.

<i>Управление формой</i>		
<b>содержательно-го плана</b>	рассказ о событии в негативном ключе	Например, освещение предвыборной борьбы Г. Зюганова на ОРТ в 1996 г.
	рассказ о событии в ироническом ключе	
<b>формального плана</b>	отрицательные/положительные комментарии к событию	
	предварительное признание события успехом/провалом	

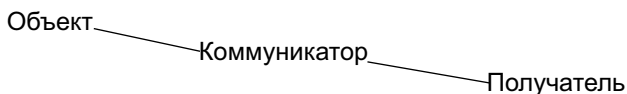
При этом Г.Г.Почепцов использует модель коммуникации Дж.Вильямсона [Williamson J., 1978: 135]. В этой модели становятся возможными различные типы сообщений, в зависимости от точки нахождения исследователя.



Также приводится точка зрения шведского ученого Б.Нермана, который, исследуя новости, доказал, что коммуникатор расставляет ролевые позиции участников коммуникации. Он может их завысить, рассуждая, к примеру, о королевской семье.



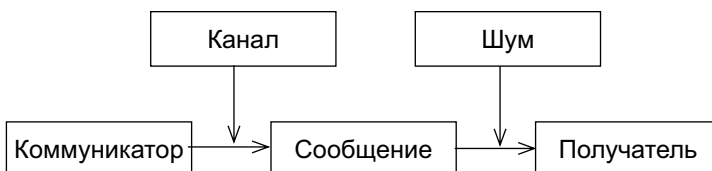
Может занимать промежуточную позицию (например, если речь идет о представлении точки зрения эксперта).



А может и занижить объект рассказа (о маргиналах и т.д.).

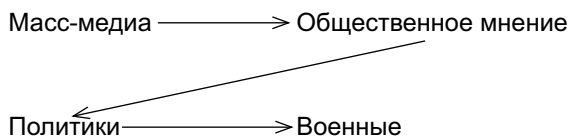


Г.Г.Почепцов отметил возможные места нарушения коммуникационного процесса при специальных информационных операциях.

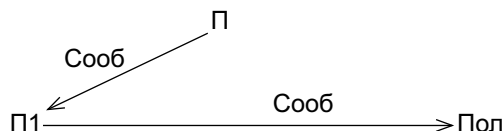


Тут можно уменьшить достоверность коммуникатора и канала, увеличить уровень шума (чтобы сообщение потерялось среди подобных), лишить коммуникатора доступа к каналу.

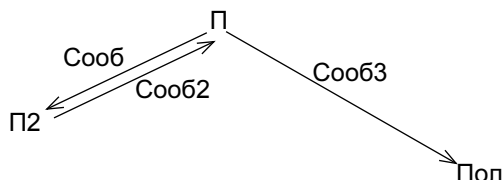
Благоприятное освещение в медиа особо необходимо в случае военных операций, т.к. медиа формируют не только общественное мнение, но и решения политиков (т.н. эффект CNN). Г.Г.Почепцов графически изобразил его так:



Модели же пропагандистские описываются так. Модель искривленного источника, когда пропагандист (П) создает источник (П1), из которого исходит сообщение (Сооб). При этом получатель (Пол) ориентируется на то, что источник П1, не зная о действиях П.

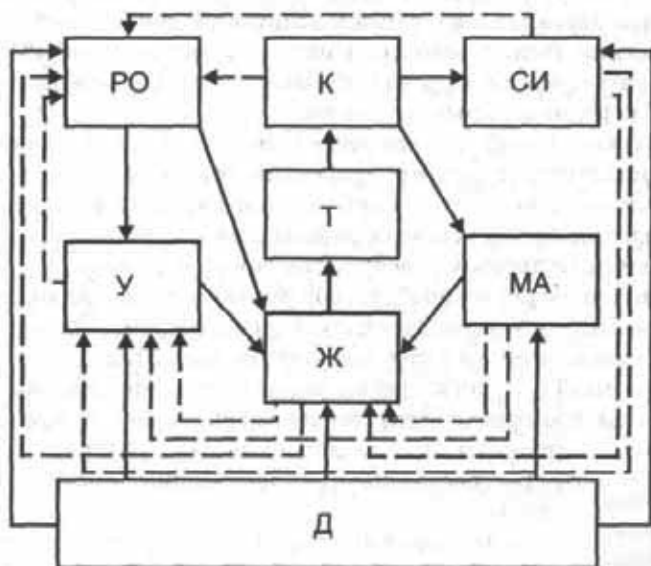


Второй моделью пропагандистской коммуникации по Г.Г.Почепцову является модель легитимизации источника. В этом случае П тайно размещает Сооб1 в легитимном источнике (П2). Это сообщение в несколько измененном виде (Сооб2) передается П получателю под видом Сооб3. Теперь сообщение приобрело достоверность, т.к. вышло якобы из независимого источника.



Модель должна не только описывать объект, но и быть способной раскрывать его внутренний механизм. Она должна также позволять осуществлять эвристические функции, открывать возможность для последующего раскрытия новых фактов и их объяснения [Алексеев А.Н., 1973: 58]. Одна из наиболее известных в прежнем Советском Союзе моделей была построена московским ученым Е.П.Прохоровым. Он считает, что функционирование журналистики происходит оптимально в том случае, когда «журналист» (в широком понимании, то есть это может быть и коллектив редакции, и отдельный человек), руководствуясь совокупностью заданий «издателя», удовлетворяет потребности аудитории в информации и получает при этом соответствующий эффект. При этом сообщения должны носить универсальный характер, то есть иметь когнитивные (описание явлений, процессов, тенденций, закономерностей действительности), валюативные (оценочные), целевые (характеристика идеалов) и нормативные (приемы и средства достижения цели) элементы [Прохоров Е.П., 1973: 50-57].

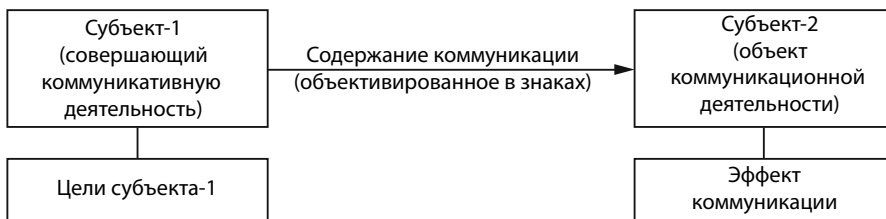
Позже Е.П.Прохоров так представлял себе принципиальную схему функционирования масс-медиа:



[по Ахмадулин Е.В., 2006: 125].

РО тут руководящие органы, К — канал, СИ — социальные институты, У — учредители, Т — тексты, МА — массовая аудитория, Ж — журналисты, Д — действительность.

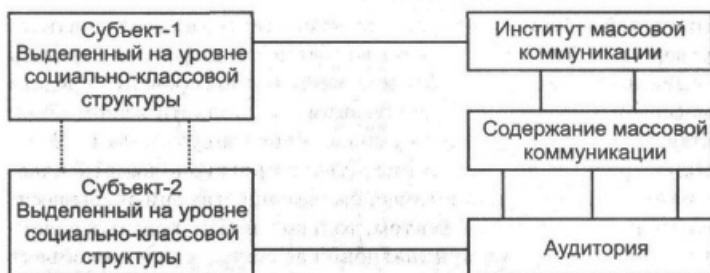
Приблизительно такой же схемы придерживается и А.Н.Алексеев [Алексеев А.Н., 1973: 58-71]. Тут участниками процесса коммуникации являются субъект-1 (коммуникатор), субъект-2 (реципиент), средства коммуникативной деятельности, одним из составляющих которых являются знаковые системы. При этом коммуникативная деятельность опосредована выработкою сообщения субъектом-1 и перевода содержания сообщения в явную для других форму. Продуктом коммуникации (эффект) являются изменения в сознании субъекта-2.



[Ахмадулин Е.В., 2006: 113].

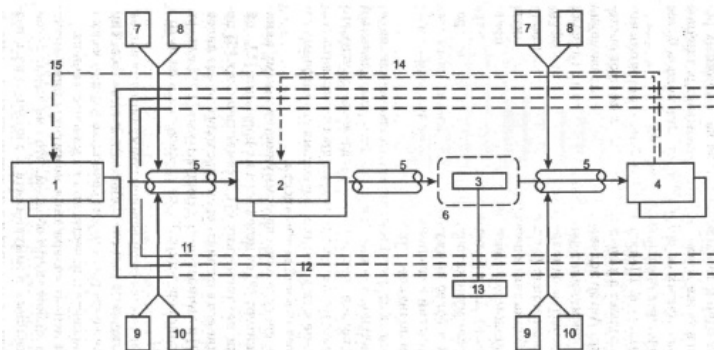
Это модель межличностной коммуникации. При коммуникации на уровне социально-классовой структуры субъект-1 имеет институт коммуникации, а субъект-2 — орган восприятия (аудиторию). Т.е. тут происходит обмен деятельностями на уровне социальной структуры при посредничестве института массовой коммуникации и аудитории.





[Ахмадулин Е.В., 2006: 114-115].

Детальную модель предложил Ю.В.Воронцов. В нее входят: источник информации, коммуникатор, сообщение, коммуникант, коммуникационный канал, экстралингвистический параметр сообщения, источник механических помех, источник семантических помех, классовые и социальные фильтры, личностно-индивидуальные фильтры, семантические поля, поля коммуникационной обстановки, потери информации, обратная связь «коммуникант — коммуникатор», обратная связь «коммуникант — источник информации» [по Дубровский Е.Н., 1999]. Эта модель интересна тем, что автор особое внимание обращает на причины адекватного/неадекватного приема и усвоения информации. Действительно, искажения при обработке материала коммуникатором, передаче, приеме и интерпретации аудиторией могут достигать критического уровня, когда информация либо не будет воспринята, либо будет искажена до неузнаваемости. Важно выявить критические узлы, в которых искажение информации наиболее вероятно, и принять меры к ее сохранению. То же касается релевантности в передаче, приеме и интерпретации информации. То есть тут на сообщение (3), которое является сочетанием знаков-символов для передачи информации и поступает по коммуникационному каналу (5) от источника информации (1) к коммуникатору (2), действуют механические (7) и семантические (8) помехи. Сообщение проходит через фильтры: социально-классовые (9) и личностно-индивидуальные (10), где подвергается трансформации. Это же происходит на пути к коммуниканту (4). Все взаимосвязи происходят в семантическом поле (11) и поле коммуникационной обстановки (12) (туда и входят фильтры и иные источники помех). Ю.В.Воронцов включил в модель массовой коммуникации потери информации (13) и два типа обратных связей: «коммуникант-коммуникатор» (14) и «коммуникант-источник информации» (15).



[по Ахмадулин Е.В., 2006: 121-122].

Факторы, влияющие на восприятие информации аудиторией, выделил Дж.Клеппер. Он назвал их факторами-посредниками и отнес к их числу: предрасположенность человека к восприятию той или иной информации (идей, знаний, норм, ценностей); принадлежность человека к какой-либо социальной группе с ее нравственными, политическими и прочими нормами; межличностный характер распространения содержания МК (говоря проще, тиражирование разными людьми сообщений, полученных из газет, радио, телевидения); влияние лидеров мнений, или, говоря по-иному, социально активных людей, на распространение и оценку информации [по Дубровский Е.Н., 1999].

А.В.Соколов предложил такую схему видов и уровней коммуникационной деятельности:

МИКРО-КОММУНИКАЦИЯ	МИДИ-КОММУНИКАЦИЯ	МАКРО-КОММУНИКАЦИЯ	ВИДЫ КОММУНИКАЦИЙ
			УРОВНИ КОММУНИКАЦИЙ
	—	—	МЕЖЛИЧНОСНАЯ КОММУНИКАЦИЯ
		—	ГРУППОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ
			МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ

[Соколов А.В., 2002].

При этом, И означает индивид; Г — группа; М — массовая совокупность; Р — реципиент; К — коммуникант; п — подражание; д — диалог; у — управление. Кроме того, он так сформулировал формы коммуникационной деятельности:

№№ г/п	Вид коммуник.	Уровень коммуник.	Условные обозначения	Наименование
1.	микро	межлич.	ИпИ	копирование образца
2.	микро	межлич.	ИдИ	беседа
3.	микро	межлич.	ИуИ	команда
4.	микро	груп.	ИпГ	референция (референтная группа)
5.	микро	груп.	ИуГ	руководство коллективом
6.	микро	масс.	ИпМ	социализация
7.	микро	масс.	ИуМ	авторитаризм
8.	миди	груп.	ГпГ	мода
9.	миди	груп.	ГдГ	переговоры
10.	миди	груп.	ГуГ	групповая иерархия
11.	миди	масс.	ГпМ	адаптация к среде
12.	миди	масс.	ГуМ	руководство обществом
13.	макро	масс.	МпМ	заимствование достижений
14.	макро	масс.	МдМ	взаимодействие культур
15.	макро	масс.	МуМ	информационная агрессия

[Соколов А.В., 2002].

Нас в данном случае интересует массовая коммуникация, которая естественно в этих схемах связана с массовыми совокупностями, которые играют и активную, и пассивную роль. Конечно, эти схемы не являются всеохватывающими ни по функциям медиа, ни по направлениям влияния. Например, индивид также может через масс-медиа стать предметом для подражания массовой аудитории.

Ю.Лотман выделял две модели коммуникации. В принципе, он признавал базовую модель «передающий — сообщение — принимающий», но выделял внешнюю коммуникацию «Я — ОН» (перевод с моего на твой язык) и внутреннюю автокоммуникацию «Я — Я». При этом внешняя коммуникация строится по схеме: код — закодированный к этой системе текст — передача — декодировка. При этом происходит некоторая потеря информации. Внутренняя коммуникация имеет другую схему: закодированный текст — другой код — трансформированный текст. Происходит некоторое приращение информации за счет ее взаимодействия с новым кодом. Ю.Лотман выделял такие разновидности внутренней коммуникации: а) мнемонические (сохранение информации); б) инвенционные (приращение информации). Закономерно, что Ю.Лотман сосредоточился на семиотической стороне этих моделей. В частности, по его мнению, «внешний» язык строится на основе значимых элементов или знаков, которые соединяются в цепочки. Т.к. соединяемые элементы различны, то длина цепочки конечна. «Внутренний» язык строится из индексов, а в идеале из элементов, которые получают значение только как часть определенной последовательности. Сами элементы эквивалентны, а синтагматика строится как присоединение одинаковых символов. Вследствие этого подобные цепочки бесконечны [Лотман Ю.М., 1973: 668].

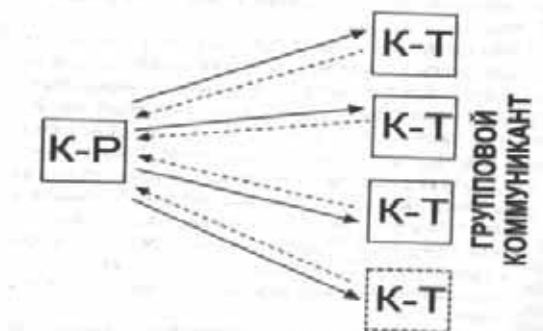
Российский ученый Е.В.Ахмадулин предложил свою модель коммуникации. При межличностной коммуникации двух собеседников он выделяет коммуникатора-1 (он же коммуникант-2) и коммуникатора-2 (он же коммуникант-1).



[Ахмадулин Е.В., 2006: 19].

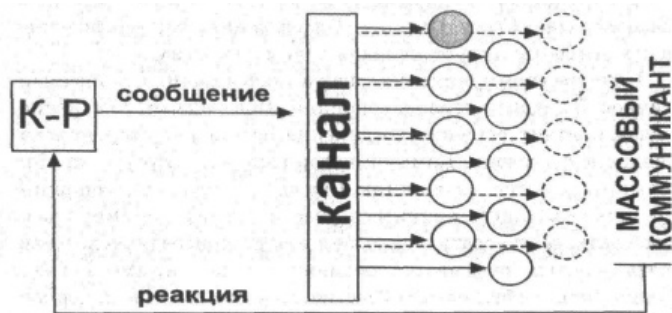
При этом ПИ — это потенциальная информация, ВИ<sub>1</sub> — воспринятая коммуникатором информация из внешнего мира, КИ — кодированная информация, ДИ — декодированная информация, ВИ<sub>2</sub> — воспринятая информация после декодирования, РИ — реальная информация, закрепленная в сознании коммуниканта. Пунктиром обозначены невербальные реакции коммуниканта. Таким образом, мы видим схему абсолютно равноправной, симметричной межличностной коммуникации.

Е.В.Ахмадулин выдвигает также схему коллективной (публичной) коммуникации. В этом случае возможна несимметричность коммуникации и переход от аксиальной (имеющей строго определенных адресатов) форме к ретинальной (адресованной неопределенному множеству респондентов).



[Ахмадулин Е.В., 2006: 20].

При переходе к массовой коммуникации с ее ограничениями обратной связи и особым каналом передачи информации Е.В.Ахмадулин выдвигает схему, показывающую хаотичное восприятие информации членами массовой аудитории. Количество и отношение к закрепленной информации при этом у разных групп аудитории различно.

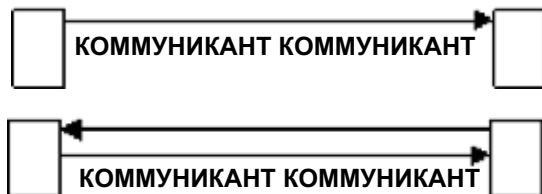


[Ахмадулин Е.В., 2006: 21].

Е.В.Ахмадулин определяет журналистику как «сложную социальную систему, предназначенную для поиска, переработки и дискретной передачи актуальной социальной информации с помощью специализированных коммуникативных каналов (печать, радио, телевидение, интернет и др.) неопределенной массовой аудитории с целью информирования ее, социального адаптирования, а также отражения и формирования общественного мнения. Деятельность и функции системы обуславливаются социально-политической организацией общества, общественными интересами, культурно-образовательными, технико-технологическими и экономическими системоформирующими факторами» [по Ахмадулин Е.В., 2006: 133]. Как видим, достаточно серьезный подход, хотя в целевых установках журналистики стоило бы упомянуть функции развлечения, а также сугубо меркантильные цели деятельности масс-медиа. Российский исследователь считает, что в существующих моделях журналистики недостаточно учтены системоформирующие факторы и предлагает свою универсальную онтологическую модель журналистики. В основу при этом берется положение К.Маркса о том, что всякое производство одновременно является потреблением, а также производство порождает потребление, а потребление порождает производство [Маркс К., Т.12: 717-719; по Ахмадулин Е.В., 2006: 133]. При этом Марксова схема «производство — продукт — потребление» в сфере массовой коммуникации выглядит так: «журналисты (Ж) — массовая информация (МИ) — аудитория (А)». Затем этот процесс перерастает в процесс усвоения и закрепления информации «аудитория (А) — социальные действия (СД) — общественное мнение (ОМ)». После этого информация от А по естественным и искусственным институтам обратной связи (ИОС) поступает к издателю (И) и журналистам (Ж). И ставит задачи перед Ж, образуясь с информацией ИОС и установками контрольно-правовых органов (КПО). При этом процессы управления К, производству, потреблению и усвоению информации можно выразить схемой «И — Ж — МИ — А — ОМ». Эти процессы зависят от социально-политической организации общества (СПОО) и иных системоформирующих факторов (СФ). При применении к схеме «Ж — МИ — А» положения К.Маркса о том, что производство порождает потребление, давая ему продукт, задавая способ потребления и формируя потребности; а потребление порождает производство, давая ему цель, полагая его иде-



В.В.Ризун выделяет одновекторную и многовекторную коммуникацию. Одновекторная в основном имеет бытовой суггестивный характер, а в многовекторной роль коммуниканта и коммуниката имеет переходящий характер. Первая форма — это монолог, вторая — диалог.



<b>Одновекторная коммуникация</b>		<b>Многовекторная коммуникация</b>	
Коммуникация с собою		Межличностная (интерперсональная) коммуникация	Групповая коммуникация (в малых группах)
Коммуникация с группой		Межгрупповая коммуникация	(в больших группах)
с публичной	с массой		публичная
	Рыночнoмeдийная коммуникация		Виртуальная коммуникация
<i>Монологическая форма</i>		<i>Диалогическая форма</i>	

[Ризун В.В. а].

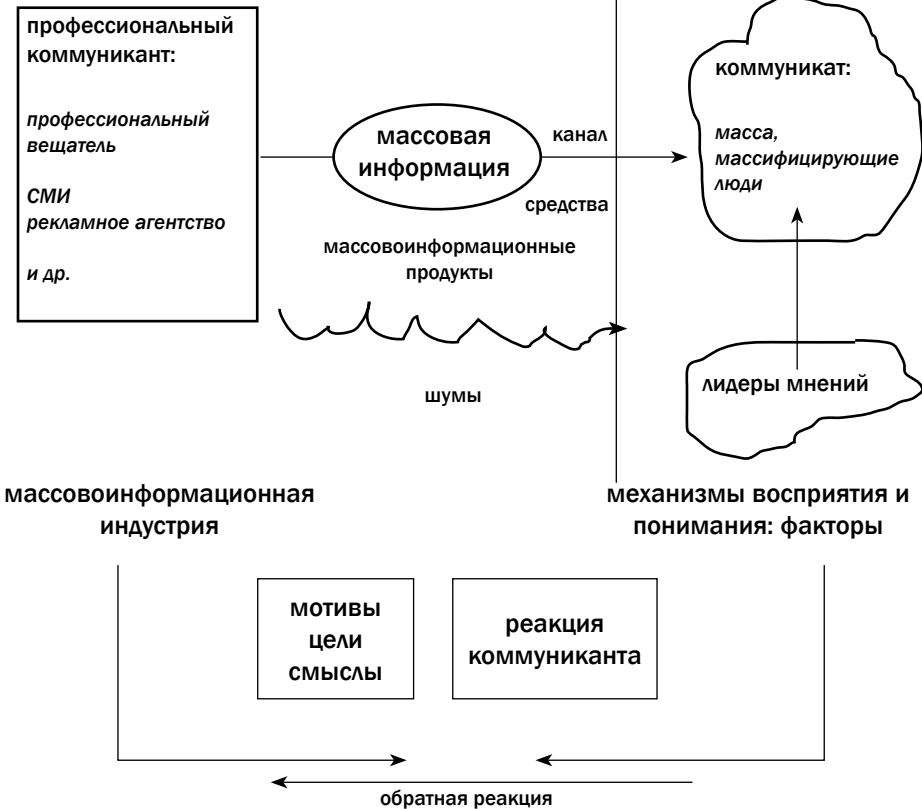
В.В.Ризун предлагает такую модель массовой коммуникации (см. след. стр.).

Он так объясняет ее компоненты: профессиональные коммуниканты, которые работают в сфере массовоинформационного производства и зависят от этой сферы, имеют риски от своей деятельности, подвержены влияниям, в контексте которых и существует массовоинформационная индустрия; массовая информация в форме различных продуктов, которые выступают орудиями влияния на массы или человека, который массивизируется; средства распространения массовой информации; канал распространения массовой информации, где возникают преграды в виде шумов; фильтры, т.е. организованные формы, средства, условия ограничения и препарирования массовой информации; коммуникат, т.е. массы; общественные условия, определяющие характер, направление и содержание восприятия и понимания массовой информации; механизмы восприятия и понимания массовой информации, работа которых обусловлена различными факторами; мотивы, цели, смыслы коммуниканта, содержание которых сознательно или несознательно связано с прогнозируемыми реакциями коммуниката; собственно реакции коммуниката [Ризун В.В., 2008: 62-64].

профессиональная среда

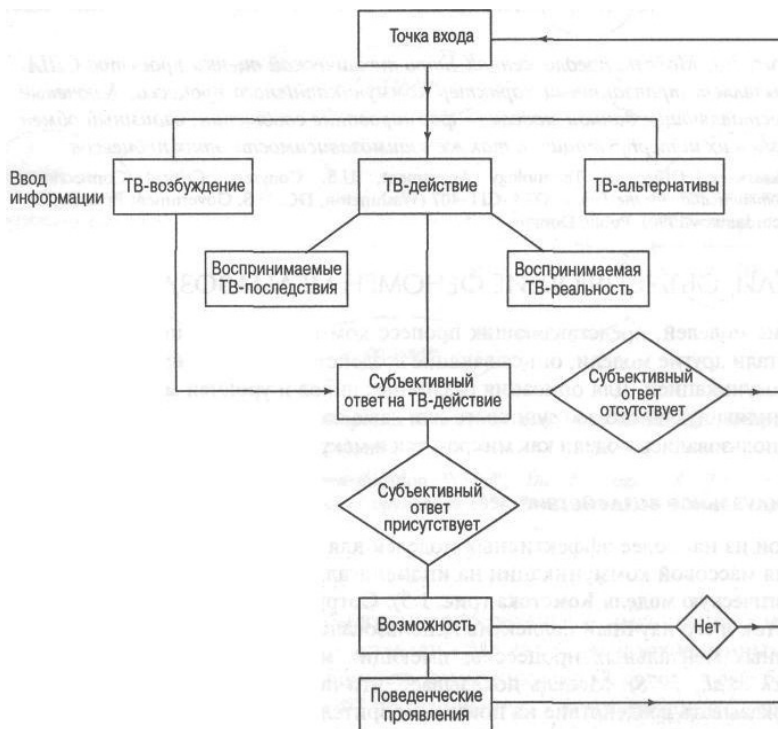
факторы влияния:

- общественно-политические
- производственно-технологические
- психологические и др.



Стоит выделить модели медиавоздействия. Так, Г. Комсток предложил модель непосредственного воздействия массовой коммуникации на индивидуального потребителя информации. Модель построена на исследовании тех ментальных процессов, которые происходят при просмотре телепередач. По мнению ученого, поведение персонажей оказывает влияние на поведение зрителя, т.е. происходит его научение моделям поведения по примеру телеперсонажей. На этот процесс влияет значимость такого поведения для индивида, степень его волнения и мотивации (или возбуждения). Значимым фактором также является реалистичность медиаобраза.





[Comstock G., 1978; по Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 27-28].

Модель когнитивной обработки Торсона также показывает механизмы индивидуального психологического воздействия массовой коммуникации. Тут ученый исследовал восприятие информации телевизионных рекламных роликов. Учитывалась заинтересованность и внимание по отношению к рекламному сообщению, особенности памяти индивидуума и его речевые способности как факторы, определяющие потенциальное воздействие сообщений [по Брайант Дж., Томпсон С., 2004: 28].

Многие модели коммуникации связаны с методом контент-анализа. При определении основных характеристик контент-анализа особое значение имеет круг вопросов, который избирается для исследования. Профессор Колумбийского университета Е.Тенни в своей книге «Научный анализ прессы» предложил изучать степень внимания, которое пресса уделяет проблемам. Он считает, что «первый шаг в исследовании заключается в получении данных, касающихся степени внимания, уделяемой прессой разным темам, которые она реально замечает» [Tenny A., 1912: 896].

Оригинальный квадрат проникновения информации предложил Б.А.Грушин.

		<b>1</b>	
		+	-
<b>2</b>	+	а	б
	-	в	г

1 здесь означает массовое сознание, 2 — тексты СМИ, а — сведения есть в тексте и в массовом сознании, б — сведения есть в тексте и отсутствуют в массовом сознании, в — сведения отсутствуют в тексте, но есть в массовом сознании, г, — сведений нет ни в тексте, ни в массовом сознании [Массовая информация..., 1980: 360]. Таким образом, контент-анализ охватывает всю реальность, — как связанную, так и не связанную с текстом.

Вообще, можно рассматривать формирование объекта контент-анализа как выделение соответствующего языку исследования аспекта процесса коммуникации, который отображает отношение между документом и другими фрагментами информационного процесса. М.Лауристин выделила основные положения, которые определяют специфику массовой информации как объекта контент-анализа [Лауристин М.Й., 1974: 114, 117-118].

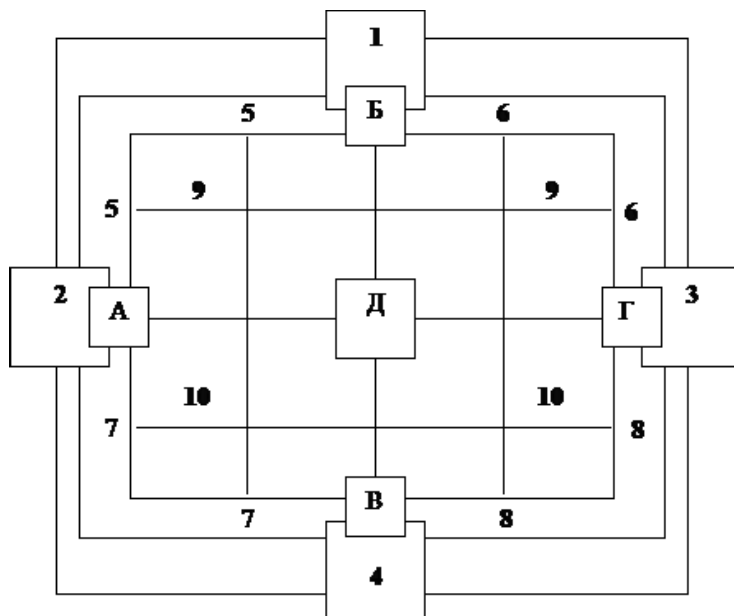
Во-первых, непосредственным объектом социологического анализа является поток массовой информации, а не единичные сообщения. Объектом контент-анализа может быть и один документ, особенно если он достаточно большой.

Во-вторых, необходимо учитывать, что специфика отображения действительности в массовой информации определяется институциональным характером организации и регуляции последней. Интересы социальных сил, которые контролируют деятельность институтов массовой информации, по мнению исследовательницы, подчиняют определенным принципам мировоззрения уже сам отбор фактов действительности, а также особенности их связей, в сообщениях. Здесь чувствуются старые подходы, но исследования в этом направлении необходимы.

В-третьих, институциональная природа масс-медиа ставит деятельность журналиста по составлению текстов сообщений в определенные ролевые рамки, что подчиняет процесс авторского самовыражения как объективным общественным потребностям и нормам, так и интересам социального субъекта массовой коммуникации. С этим положением вряд ли можно согласиться. Дело в том, что советские ученые привыкли несколько упрощено воспринимать зависимость субъекта, в частности, журналиста, от общества.

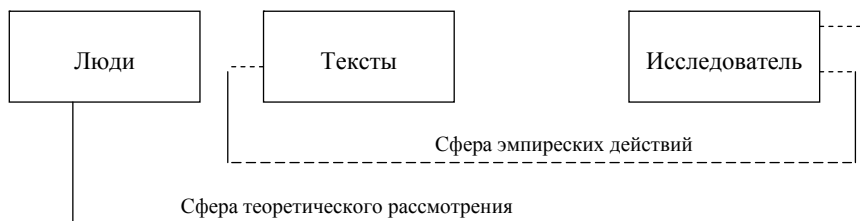
В-четвертых, из признания социентального уровня хода процесса массовой коммуникации с необходимостью следует вывод о том, что непосредственным объектом влияния потока сообщений является не сознание и поведение отдельного индивида, а сознание и поведение больших социальных групп или массовое сознание как целостное образование. В этом положении М.Лауристин тоже чувствуется значительное идеологическое влияние. Нельзя сосредоточиваться только на изучении восприятия информации определенными социальными группами. Главный объект изучения при восприятии информации — это человек, личность.

В другой своей работе М.Лауристин так представляет объект контент-анализа:

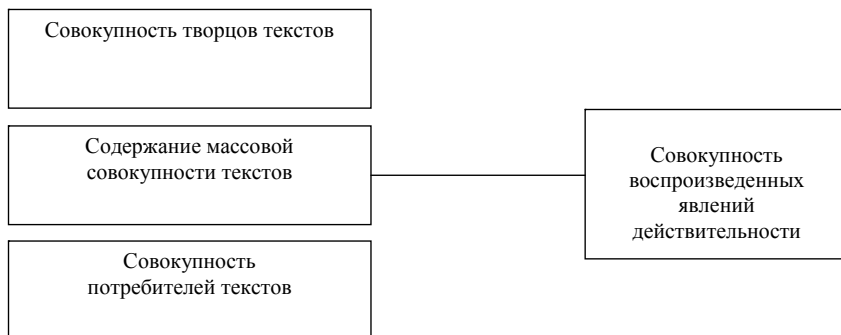


Здесь А — социальный институт МК, Б — знаковые средства и технические каналы, В — реальные события и явления, Г — аудитория МК, Д — поток сообщений МК, 1 — система общения, 2 — социально-политическая организация общества, 3 — социальная структура общества, 4 — сферы общественной практики, 5 — выбор и использование, 6 — коммуникативный опыт, 7 — отбор и интерпретация, 8 — социальный опыт, 9 — коммуникационный аспект МК, 10 — институциональный аспект МК [Лауристин М., 1973: 31].

Как видим, и здесь масс-медиа очень тесно привязаны к социально-политической организации и социальной структуре общества. По мнению другого исследователя, А.Н.Алексеева сфера интересов контент-анализа такова:



А.Н.Алексеев предложил также и объект контент-аналитического исследования:



Некоторые другие исследователи определяют теоретический объект контент-анализа как соотношение текстовой и внетекстовой реальности, причем под внетекстовой понимают только социальную реальность [Марков В.А., 1974: 16]. Эти ограничения представляются лишними, потому что с помощью контент-анализа с успехом можно решать и исследования закономерностей внутреннего построения документов, и их связь не только с социальными процессами.

Правильнее является, на наш взгляд, подход к характеристике совокупности исследуемых текстов Б.З.Докторова, который считает, что «при этом методе (контент-анализе. — В.И.) содержание текста определяется как совокупность сведений, оценок, которые помещены в нем, и объединены в некоторую целостность концепцией, замыслом» [Как провести..., 1990: 129]. Что касается конкретных объектов приложения сил, то ими могут быть газеты и журналы, телефильмы, радиопередачи, личные документы, тексты публичных докладов, социологических интервью, находки археологов, и тому подобное. Одним словом, объектом исследования контент-анализа может быть любой документ в широком понимании.

Более точно определила область изучения контент-анализа известная украинская исследовательница Н.В.Костенко. Она считает, что «с помощью контент-анализа исследователь устанавливает не только характеристики документальных источников, но и особенности всего коммуникационного процесса: социальные ориентации и установки коммуникатора; ценности и нормы, которые тиражируются в документах, эффективность их в аудиториях» [Социологический справочник, 1990: 212].

Представители Йельской школы во главе с К.Ховлэндом предложили психодинамическую модель коммуникации. Согласно их исследованиям, индивиды по-разному воспринимают одну и ту же информацию. Т.е. «убеждаемость» различных индивидов также различна [по Назаров М.М., 2003].

И.М.Лубкович считает, что канал сообщения можно разделить на журналистов и их тексты. В этом случае схема массовокоммуникационного процесса приобретает такой вид:



[Лубкович И.М., 2005: 134].

И.М.Лубкович верно показал сложную схему взаимовлияний субъектов коммуникационного процесса, хотя с его делением канала на журналиста и текст трудно согласиться. Общепринятой является точка зрения, что и издатель, и журналист являются типами коммуникатора, текст представляет собой содержание коммуникации, а канал — это собственно масс-медиа, которые передают информацию (содержание) от источника (коммуникатора) к получателю (аудитории).

Украинский ученый В.М.Владимиров описал цепочку коммуникации, которая начинается с «объекта, которым выступает предмет понимания, или хаос». К этому объекту обращается ученый, а журналист тут служит двойным посредником между источником и читателем. Исследователь назвал эту роль самой сложной и описал модель так:

<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
$S - O$	$S - O - S - O$	$S - O - S$	$S - O - S$
Источник информации	Журналист	Читатель	Массовая аудитория

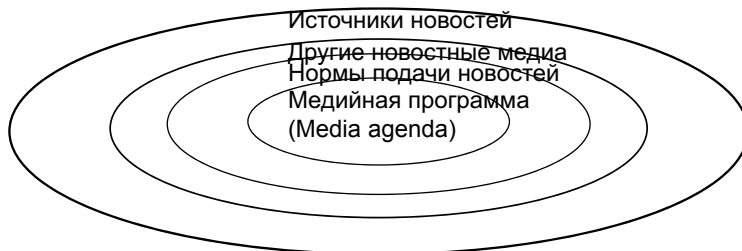
[Владимиров В.М., 2006: 180].

Вербально схема описана так. На первом этапе источник информации субъективно понимает то, что раньше было хаосом. В этом качестве он становится объектом деятельности журналиста. На втором этапе журналист субъективно узнает о том, что произошло (но при этом является объектом, которому источник передает свою интерпретацию события). Затем он при многочисленных влияниях (профессионализм, редакторские установки, особенности читательского адреса) создает свой текст и превращается в объект, который воспринимает читатель. На третьем этапе объекты-читатели воспринимают текст, а затем в процессе интерпретации становятся субъектами (т.к. воспринимают текст исходя из индивидуальных установок). Четвертый этап повторяет третий, но в масштабах социума (по мнению В.М.Владимирова, при этом «пропадают мелочи и проявляется существенное, глубинное, что составляет общественный интерес»).

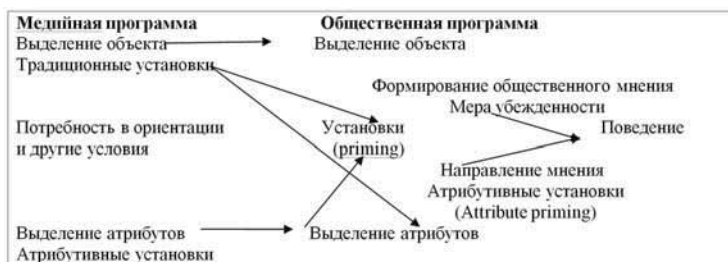
М.МакКобс попробовал изложить свою теорию «повестки дня» в виде двух таблиц. При этом он хотел найти источники формирования повестки.

Другие программы	Тематическая программа медиа	Программа общественного мнения
Организации		
Группы по интересам		
Общественные отношения		
Политические кампании		
Объекты .....	\Нормы новостей\ Объекты	←..... Объекты
Атрибуты .....	\Нормы новостей\ Атрибуты	←..... Атрибуты

Для визуальной метафоры влияния различных факторов на медиа он использовал модель лука.



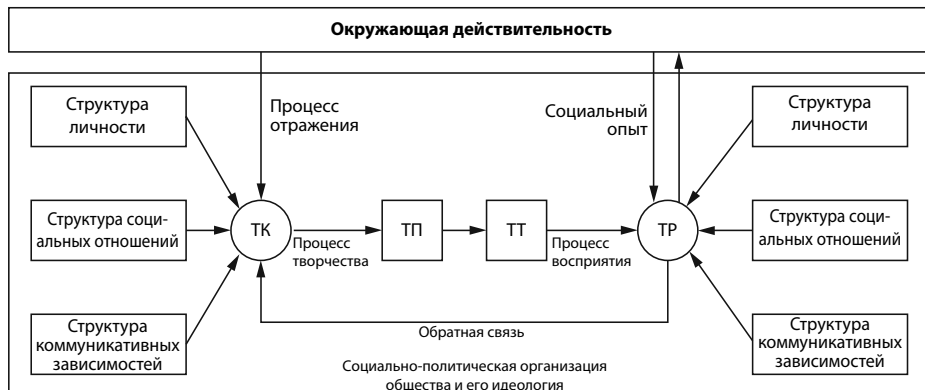
Кроме того, М.МакКомбс составил карту действия «повестки дня» и ее последствия.



[Мак-Комбс М., 2007: 152-153].

Модель М.МакКомбса представляет определенный интерес для изучения представлений американских практиков о действии медиа на формирование установок и общественного мнения.

Модель телевизионной коммуникации представил Э.Г.Багиров.



[по Ахмадулин Е.В., 2006: 129].

ТК тут телевизионный коммуникатор, ТП — телепрограмма, ТТ — телевизионная техника, ТР — телевизионный реципиент.

В рекламе выделяются несколько основных типов моделей. Это AIDA, AIDMA, ACARA. Это аббревиатуры, которые обозначают следующие цепочки людского восприятия. AIDA состоит из attention, interest, desire, action, т.е. внимание, интерес, желание, действие. В схеме AIDMA между желанием и действием добавляется memory — память. По тому же принципу построена схема ACARA: attention, comprehension, acceptance, retention, action — внимание, понимание, одобрение, удержание в памяти, действие. Ю.Левада считал, что воздействие и рекламы, и журналистской информации подобно. Он выделял такие этапы: привлечение внимания; одинаковость понимания кода коммуникатором и аудиторией; опора на личностные интересы; присутствие в сообщении информации, которая помогает в реализации этих интересов; совпадение с ценностными ориентациями аудитории. Л.Н.Федотова выдвигает несколько иную формулу: осведомленность, интерес, оценка, апробирование, принятие [Федотова Л.Н., 2003: 75-76]. Как видим, все схемы рекламной деятельности, в принципе, подобны, и внимание сосредоточено на основных элементах привлечения внимания индивида и побуждения его к действию.

В паблик рилейннс часто используют модели, предсказывающие поведение людей при появлении определенной информации. Например, модель Дж.Грюнига показывает важность потенциала аудитории для проведения рентабельной PR-кампании.

Теория восприятия сообщения Дж.Грюнига. Условия и вероятность обработки и поиска информации

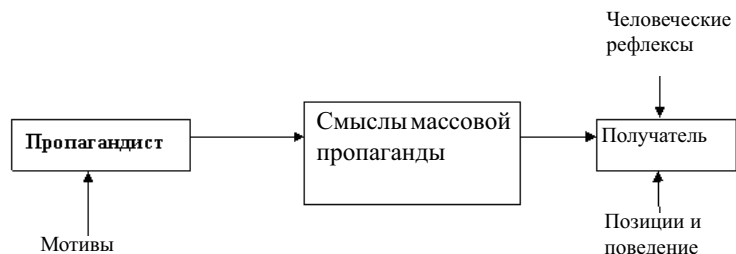
Общественная группа	Поведение	Переменные	Референтный критерий	Участие	Поиск информации	Обработка информации	Шкала рентабельности от 1 до 10
Активная	Навстречу вызову	Признание проблемы	Референтный критерий	Высокое участие	Высокий	Высокий	5
Активная	Навстречу вызову	Признание проблемы		Высокое участие	Высокий	Высокий	4
Активная	Сдерживаемое	Сдерживаемое признание	Референтный критерий	Высокое участие	Высокий	Высокий	7
Активная	Сдерживаемое	Сдерживаемое признание		Высокое участие	Умеренный	Низкий	6
Активная, подкрепляющая	Обычное		Референтный критерий	Высокое участие	Высокий	Высокий	3
Латентная (скрытая)	Обычное			Высокое участие	Низкий	Низкий	8
Осведомленная	Навстречу вызову	Признание проблемы	Референтный критерий	Низкое участие	Высокий	Высокий	10
Осведомленная	Навстречу вызову	Признание проблемы		Низкое участие	Умеренный	Высокий	9
Латентная / осведомленная	Сдерживаемое	Сдерживаемое признание	Референтный критерий	Низкое участие	Низкий	Высокий	2
Латентная / осведомленная	Сдерживаемое	Сдерживаемое признание		Низкое участие	Низкий	Высокий	1
Инертная / осведомленная	Обычное		Референтный критерий	Низкое участие	Низкий	Высокий	
Инертная / осведомленная	Обычное			Низкое участие	Низкий	Низкий	
Латентная	Фаталистическое		Референтный критерий	Высокое участие	Умеренный	Низкий	
Латентная	Фаталистическое		Референтный критерий	Высокое участие	Низкий	Низкий	
Инертная	Фаталистическое		Референтный критерий	Низкое участие	Низкий	Низкий	
Инертная	Фаталистическое		Референтный критерий	Низкое участие	Низкий	Низкий	

*[по Ньюсом Д., Тёрж ВанСлайк Д., Кружеберг Д., 2001: 264-266].*



Из четырех независимых переменных, выделенных Дж.Грюнигом, три свидетельствуют о готовности индивида к общению: признание проблемы, сдержанное признание и присутствие референтного критерия. Четвертая переменная — контроля — поясняет когда и как человек будет общаться. К положениям Дж.Грюнига, кстати, близка бихевиористская модель Акоффа-Майлса. Основой этой модели служит целеустремленность получателя информации на решение определенной проблемы. Информативность сообщения определяется тем, изменяет ли оно целеустремленное состояние получателя. Само целеустремленное состояние характеризуется 1) последовательностью определенных действий; 2) эффективностью действий, 3) значимостью результата. В соответствии с этим, информация подразделяется на информирующую, инструктирующую и мотивационную [по Хрестоматия]. Американские исследователи Д.Ньюсом, Д.Тёрк ВанСлайк и Д.Крукеберг считают, что в современных условиях модель Дж.Грюнига подтверждается частично. Человек действительно будет искать и обрабатывать информацию, если она поможет ему в решении его проблем, или он уже занимается такой проблематикой. Если же возможности человека в принятии или реализации решения ограничены, то он будет менее активен в поиске и обработке соответствующей информации. Некоторые исследования противоречат модели Дж.Грюнига. В частности, они свидетельствуют, что человек, если он знает решение проблемы, будет менее активен в поиске и обработке информации.

Интересна также модель всепильной пропаганды С.Чакотина. Автор попытался представить психологическую модель массовой пропаганды, которую он изучал на примере нацистской пропаганды. Он считал, что эта пропаганда осуществлялась на основе теории И.Павлова об условных рефлексах, т.е. определенные идеологические смыслы связывались с внутренними рефлексами человека. С.Чакотин выделял четыре таких рефлекса: агрессивный, сексуальный, защитный и пищевой.



[Різун В.В. а].

Кроме перечисленных, существуют еще много других моделей и теорий коммуникации. Например, трехстадийная (факторная) модель роста Д.Меррилла и Р.Ловенстайна, социально технический (функционалистский) подход К.Черри, диффузионные модели распространения Е.Роджерса, Т.Хагерстренда, Д.Лернера и тому подобное.

Как видим, существует множество подходов к моделированию массовокоммуникационной деятельности. Исследователи исходят из

стремления представить всю совокупность факторов, участвующих и влияющих на этот процесс. Но массовая коммуникация относится к сложным общественным процессам. Не только ее структура, но и она сама постоянно меняется с развитием общества и человека. Такими же изменчивыми выступают как техника ее осуществления, так и закономерности воздействия. Таким образом, смоделировать этот процесс достаточно сложная задача, и в настоящее время навряд ли можно признать какую-то модель господствующей и закрывающей все вопросы массовокоммуникационной деятельности.

## Резюме

В нашей работе под методологией понимается научная теория, которая служит почвой для проведения конкретного исследования. При этом имеются в виду не какие-то узкие положения, а в основном теории среднего уровня, которые презентуют достаточно обобщенные взгляды на объект исследования в целом, связи в этом объекте и закономерности его функционирования.

Конечно, нужно признать, что совершенной теории массовых коммуникаций, которая бы удовлетворяла все требования этого сложного постоянно развивающегося явления, еще нет. Но это не может остановить процесс исследований массовой коммуникации.

Если говорить о методологии как о сложной системе теорий, то нужно разделить два вида теорий. Это, во-первых, когнитивные или метатеории о тех или других аспектах познавательного процесса в науке. Эти теории составляют гносеологическое направление в методологии конкретной науки. Во-вторых, теории об объектах, которые не входят в процесс человеческого познания. Это онтологическое направление в методологии.

Значение методологии заключается в том, что она дает общее направление проведения конкретного исследования, является его теоретической основой. От методологии во многом зависит успех исследования. Дело в том, что ошибочная методология может направить исследование в неверном направлении, и тогда ни одна методика не поможет стать на верный путь. Хотя здесь, конечно, нельзя согласиться с теми, кто считает методологию простой «совокупностью тех общих принципов и методов, которые используются в научном исследовании в той или иной отрасли науки, независимо от того, насколько точно они сформулированы, и сформулированы ли вообще» [Ворожцов В.П., Москаленко А.Т., 1986: 10]. Следует сразу же подчеркнуть, что мы не будем сводить методологию к каким-то конкретным методикам, как это принято на Западе, а отводим ей самостоятельную и важную роль.

Вообще, чуть ли ни каждый исследователь коммуникаций пробует составить собственные теории развития и функционирования массовой коммуникации. Причина тут, по-видимому, и в научных амбициях, и в слабой исследованности вопроса. Однако существует больше сотни теорий, которые выдержали проверку временем и представляют объяснение функционирования различных составляющих процесса

массовой коммуникации (американский ученый Андерсон только при анализе семи учебников по теории коммуникации насчитал 249 теорий [Василик М.А., 2004]). То есть единой теории массовой коммуникации не существует, и в ближайшее время вряд ли появится комплекс научных знаний, позволяющих достаточно полно объяснять и позволять прогнозировать развитие и функционирование такого сложного процесса как массовая коммуникация.

В целом, в общих чертах повторяется история с развитием социологии. Часть исследователей придерживаются в своих теоретических изысканиях принципов и методов, характерных для точных наук. Множество не только теоретических положений, но и терминов заимствуются из физики, химии, биологии. Другая часть исследователей считают, что массовая коммуникация как часть общественной деятельности не позволяет буквально следовать за точными науками и пробует открыть новые закономерности, опираясь на это.

При этом с возникновением новых явлений в области медиа немедленно появляются теории, которые могут их объяснить. Чаще всего позже они уступают место иным теориям, которые лучше интерпретируют те или иные тенденции и явления.

Теории массовой коммуникации играют выдающуюся роль в современной научной жизни. Они позволяют объяснить процессы массовой коммуникации, которая приобрела особое значение в условиях глобализации (собственно глобализация не могла бы осуществляться без массовой коммуникации).

#### *Изучение эффектов массовой коммуникации*

Эффективность массовой коммуникации занимает важное место в ее изучении. Действительно, важно понять пути достижения наивысшей эффективности, с тем, чтобы с наименьшими усилиями на организацию коммуникации и создание контента, достигать целевой аудитории и получать необходимый результат. Эффектами, как правило, называют факторы, которые приводят к изменениям мнений и установок людей, и возникают под воздействием массовой коммуникации. Часто приводятся такие определения эффектов: «Эффект является следствием процесса коммуникации. При этом в сознании индивида происходит то, что без акта коммуникации не происходило бы» [Piatila V., 1975; по Назаров М.М., 2003: 83] или «Масс-медиа в чем-то иногда влияют на некоторых людей» [Schramm W., Lyle J., Parker E.B., 1961; по Лалл Дж., 2002: 93].

Исследователи, как правило, говорят о трех фазах исследования эффектов. На первой считалось, что эффекты имеют всемогущий характер, а аудитория, фактически, является беззащитной перед медиа. Для этого этапа характерны теории волшебной пули (magic bullet) и подкожной инъекции (или шприца) (hypodermic needle). Первая представляет собой утверждение, что масс-медиа являются высокоэффективным оружием, их информация — пулею, а аудитория — это неподвижная мишень, которая не может ни уклониться, ни защититься от этой пули. Но и тут, как верно указывает Н.В.Костенко [Соціологія, 2005: 222-226], в научном мире не было единого мнения. Европейские исследователи, под влиянием примеров нацистской пропаганды, значительно скептич-

нее, нежели их заокеанские коллеги, относились к способности личности селективно принимать медиа-информацию. Вторая теория описывала действие масс-медиа по аналогии с подкожной инъекцией, когда организму трудно сопротивляться действию введенного препарата (т.е. происходит так называемая индоктринация — заражение определенной доктриной). По Г.Лассуэллу, это происходило вследствие того, что медиа заменяют разрушающиеся в условиях современного общества межличностные связи. Важной особенностью всеобщего медиа было то, что все представители аудитории — социальные атомы — одинаково реагируют на содержание масс-медиа. Конец этим верованиям положило эпохальное исследование П.Лазарсфельда «Выбор народа». После этого появились теории о том, что люди без труда отражают влияние масс-медиа. Но, после того, как маятник качнулся в эти две крайние позиции, пришла третья фаза, где признаются значительные возможности медиа в области оказания влияния на поведение людей и детально исследуются то, как и при каких условиях люди поддаются или избегают этого влияния.

Как видим, теории в области эффектов масс-медиа имеют сверхширокую амплитуду: от признания «невидимого господства» до убежденности в полном селективном контроле человека над восприятием медиа-материалов. На нынешнем этапе развития теории массовой коммуникации господствующими являются теории, представляющие промежуточную позицию между этими двумя крайними точками зрения (хотя и с некоторым сдвигом в сторону могущества медиа).

Вообще, стоит отметить, что вряд ли найдется теория в области эффектов масс-медиа, которая не имела бы многочисленных экспериментальных подтверждений. И вряд ли найдется такая теория, против которой не было бы возражений, которые также основываются на солидной экспериментальной базе. Человек был и остается очень сложным объектом для воздействия, и выработка каких-либо общих формул для достижения высокого уровня такого воздействия покамест успехов не принесла.

### *Теория стереотипов*

Человек в процессе своего существования упрощает восприятие и воспринимает окружающую действительность через систему стереотипов. Во многом это вынужденный шаг. Человек при помощи стереотипов может выразить и получить представление о сущностях, с которыми он никогда ранее не встречался.

Создателем теории стереотипов является выдающийся американский публицист У.Липпманн. В 1922 г. вышло первое издание его книги «Общественное мнение», которая неоднократно переиздавалась [напр., Lippmann W., 1957]. У.Липпманн считал, что человек не в состоянии полностью самостоятельно охватить всю картину окружающей действительности (реальный мир «слишком большой, слишком сложный и также слишком изменчивый», чтобы «быть доступным непосредственному пониманию»). Поэтому он пользуется заместителями блоков действительности — стереотипами. К особенностям стереотипов относятся: спонтанность возникновения, влияние на формирование нового эмпирического опыта, традиций и привычек, упрощение и не-

адекватность восприятия реальности. При этом стереотипы с трудом меняются (т.е. имеют консервативный характер) и часто возникают случайно (вследствие «случайного факта, творческого воображения, желания верить»). Поведением людей руководят традиционно сложившиеся моральные кодексы.

#### *Теория когнитивного диссонанса*

Теория когнитивного диссонанса была впервые сформулирована американским исследователем Л.Фестингером в 1957 г. После этого она много раз подтверждалась экспериментальным путем.

Сформулировать ее можно таким образом: если человек в силу правовых либо моральных препятствий не может свободно высказывать свое мнение, он подсознательно склонен к тому, чтобы изменить мнение на то, которое господствует в его социальной группе. В основе лежит подсознательное стремление человека избежать диссонанса. Достичь этого можно или избегая встречи с диссонансными элементами (например, материалы в масс-медиа, которые озвучивают позиции, противоречащие убеждениям субъекта), или изменяя свои установки (гораздо более сложный и болезненный путь).

Таким образом, в ситуации диссонанса индивид склонен к активным действиям для уменьшения степени диссонанса и достижения консонанса, а, кроме того, будет избегать информации и контактов, которые способны создать или увеличить диссонанс.

#### *Теория пользы и удовлетворения*

Интересной для понимания стимулов обращения аудитории к медиа-материалам является теория пользы и удовлетворения (англ. uses & gratification) потребностей с помощью масс-медиа. Согласно ей, аудитории удовлетворяют свои потребности в зависимости от их интенсивности. В целом, индивиды получают определенную пользу и поощрение (например, авторитет в своей социальной группе), обращаясь к определенным медиа-средствам. Аудитория стремится найти способы наиболее полного удовлетворения своих потребностей при помощи медиа-средств. Принято выделять такие виды потребностей (по А.Маслоу): 1) физиологические (еда, сон, секс); 2) безопасности, 3) общения (в том числе групповое), 4) статусные (иметь определенный авторитет); 5) самоактуализации (самореализация) [Maslow A.H., 1954, 1962].

Считается, что первой эту теорию в середине 50-х гг. XX в. разрабатывала Г.Герцог [Herzog H., 1944]. Большой вклад в нее внес также У.Шрамм.

Близкими к теориям пользы и удовлетворения являются также теории заговора и медиазависимости. Теория заговора считает, что влиятельные медиа находятся в руках злонамеренных владельцев и полностью ориентируются на интересы их и их класса. Интересы масс не находят отражение в материалах медиа, и, таким образом, медиа-содержание является вредным для всех, кроме господствующих классов.

*Теория обучения и теория познания*

Сторонники теории обучения представляют общество в виде скопления атомизированных социальных организмов, которые действуют по принципу: стимул — реакция. Т.е. после стимула медиа следует ответная реакция индивидов.

Примыкают к этой группе теории, объясняющие воздействие насилия в масс-медиа. Существующие теории расходятся коренным образом. Часть их утверждает, что насилие в медиа играет пагубную роль для поведения человека, часть, наоборот, положительную.

Существуют различные пути оказания давления на масс-медиа для того, чтобы ограничить поток насилия в его материалах. Традиционными являются различного рода запреты и ограничения. Это могут быть требования маркировки фильмов, ограничения свободного распространения того или иного вида информации (например, порнографического характера). Кроме того, существуют взгляды, что монополизация медиа может привести к позитивным сдвигам, т.к. крупные медиа-корпорации не будут поддаваться давлению, а, следуя цели завоевать доверие аудитории для финансового успеха, будут избегать провокационных материалов. Последняя точка зрения опровергается рядом исследований. Кроме того, существует самоограничение со стороны медиа, прежде всего, в форме этических и профессиональных стандартов.

*Структурно-функциональный подход*

Структурный функционализм, несмотря на частичную потерю своего влияния среди ученых, продолжает играть видную роль в попытках интерпретации массовокоммуникационных явлений.

При изучении структурного функционализма стоит остановиться на наследии Г.Д.Лассуэлла. И его знаменитой формуле акта коммуникации: «Кто сообщает? Что именно? По какому каналу? Кому? С каким эффектом?». Многие абстрактные рассуждения Г.Д.Лассуэлла уже забыты, а вот его формула изучается до сих пор. Она оказалась полезной для исследовательской работы, а теоретики обосновали с ее помощью теорию одностороннего потока коммуникации.

П.Лазарсфельд также внес весомый вклад в развитие массовокоммуникационной теории. Прежде всего, стоит назвать теорию двухступенчатого потока коммуникации (позже — многоступенчатого). Именно с именем П.Лазарсфельда, его коллег и учеников связан переход к теориям минимального воздействия масс-медиа.

*Теория спирали молчания*

Автор теории спирали молчания, выдающийся немецкий социолог Э.Ноэль-Нойманн стала известна благодаря своим работам в области исследования общественного мнения. Именно в ходе изучения проблем формирования общественного мнения в начале 70-х гг. XX в. и возникла концепция спирали молчания. Э.Ноэль-Нойманн обнаружила взаимосвязь между межличностной, групповой и массовой коммуникацией и подтвердила наблюдения социальных психологов о зависимости индивидуальных установок от общественной оценки [Ноэль-Нойманн Э., 1996]. Человек, как существо общественное, оказался склонен к тому, чтобы в своих мнениях и поступках ориентироваться на господству-

ющие в его социальной группе взгляды. Другими словами, индивид подсознательно стремится избежать ситуации, в которой его мнение окажется в меньшинстве, он стремится быть с большинством, с победителями. Именно исходя из этого в некоторых странах запрещают обнародовать данные социологических опросов об электоральных симпатиях за определенное время до выборов. Обнародование данных может привести к массовому голосованию за лидера людей, которые не определились в своих симпатиях. Индивиды, которые считают, что их мнение не разделяется большинством членов социальной группы, склонны к тому, чтобы не высказывать его. Это приводит к тому, что в ходе обсуждения все больше превагирует только одна точка зрения, противники которой, оставшись в реальном или иллюзорном меньшинстве, предпочитают не оглашать свою позицию. Это приводит к иллюзии единомыслия в социальной группе по отдельным вопросам. Большую роль в спирали молчания имеют масс-медиа, которые формируют позицию социальных групп по общественно-важным вопросам, «общепринятые формулировки». Если индивид не находит таких формулировок, то предпочитает не высказывать своего мнения, т.к. считает, что находится в меньшинстве. Причиной этого явления служит то, что человек подсознательно боится остаться в социальной изоляции.

Таким образом, те, кто считают, что они в большинстве, склонны к высказыванию своего мнения, те же, кто считает, что их мнение не поддерживается большинством, склонны молчать. Поэтому с каждым витком спирали обсуждения возрастает высказывание только одной точки зрения, которая становится господствующей.

Как вывод, можно еще раз отметить, что люди стремятся уловить тенденцию формирования общественного мнения. При этом те, чье мнение представляется как приоритетное, склонны к его высказыванию, а те, чье мнение выглядит маргинальным, к молчанию. Это приводит к искривленной картине и, в конечном счете, к тому, что общественное мнение может не выражать мнение большинства членов социальной группы. Э.Ноэль-Нойманн противопоставляла спираль молчания (spiral of silence) эффекту стадности (bandwagon effect). Различие касается, прежде всего, стимулов поведения. В первом случае, это боязнь наказания, изоляции, во втором, позитивные эмоции от того, что находишься с победителем [Ноэль-Нойманн Е., 2007: 85-86].

Таким образом, следует учитывать, что масс-медиа играют как консервативную роль, предоставляя слово, прежде всего, представителям господствующей точки зрения и поощряя конформизм других, так и революционную роль, артикулируя противоположные точки зрения, легитимизируя их и поощряя этим к высказыванию альтернативных позиций. Именно поэтому особенное значение приобретает принцип сбалансированности содержания масс-медиа.

#### *Теоретические воззрения Г.М.МакЛюэна*

Когда мы говорим о теории массовой коммуникации, то невозможно, конечно, обойти фигуру и взгляды канадско-американского социолога Герберта Маршалла МакЛюэна. В основе концепции Г.М.МакЛюэна лежит механистическая точка зрения на технический прогресс как на главную движущую силу общественного развития. Историю социально-

го прогресса человечества Г.М.МакЛюэн представляет как изменение форм коммуникации. Вообще такой подход не является новым. Его уже раньше разрабатывал американский социолог Д.Рисман [Riesman D., 1964]. Но у Г.М.МакЛюэна специфический подход. Он акцентирует внимание на средствах коммуникации.

Г.М.МакЛюэн считал, что именно аудиовизуальные медиа составляют основу общественного прогресса, т.е. именно развитие средств коммуникации ведет к развитию общества.

При этом, медиа играют также креативную и моделирующую роль в жизни общества. Г.М.МакЛюэн считал, что медиа влияют на формирование норм бытия, да и всего сознания, независимости от содержания сообщений, уже самой формой передачи.

В свое время весьма популярными были идеи Г.М.МакЛюэна относительно «горячих» и «холодных» медиа. Например, горячими он считал печатные медиа, радио и кино, в противовес холодным телефону, телевидению и речи. Различие в том, что горячее средство «расширяет одно-единственное чувство до степени «высокой определенности», т.е. «состояния наполненности данными» [МакЛюэн Г.М., 2003: 27].

#### *Информационная теория*

Информационная теория исследует процесс передачи информации математическими методами. Именно с позиций математики исследуется и сам процесс (традиционно он представляется в виде передачи сообщения от отправителя к получателю через помехи и шумы), и его задача (получение информации, как можно более идентичной исходной, с возможностью измерить как количество информации, так и ошибки вследствие воздействия шумов, для уменьшения энтропии). Математическая теория информации, как правило, занимается только изучением прохождения и обработки сигналов, несущих информацию, не обращая особого внимания на оценку содержания информации и ее потребительской ценности.

Принято считать, что теорию информации (ее сторонники считают, что она переросла рамки теории и стала отдельной наукой информологией, т.е. наукой о процессах передачи, распределения, обработки и получения информации) основал американский ученый Р.Хартли в 50-х гг. XX в. Он предпринял попытку количественного измерения информации, которая передается по каналам связи. Было допущено, что может быть два равноправных исхода передачи информации. Неопределенность снималась указанием на один из этих исходов. Так появилось понятие «бит» как единица информации.

К.Шеннон, обобщив результаты своих предшественников, создал статистическую теорию информации. Она позволяет решать задачи оптимального кодирования информации для повышения как количества ее передачи по каналам связи, так и качества (т.е. уменьшения влияния помех).

Особую роль в развитии информационной теории сыграли разработки кибернетиков.

Математическая теория информации внесла большой вклад в коммуникативистику. Конечно, среди математиков до сих пор продолжают споры как о способах совершенствования процесса передачи



информации, так и о самой природе информации (например, представитель русской математической школы А.Н.Колмогоров считал, что информация показывает меру сложности объекта, что кардинально отличается от взглядов Н.Винера и К.Шеннона).

*Неомарксистское направление  
в изучении массовой коммуникации*

Теоретиками неомарксистского подхода масс-медиа воспринимаются как средства производства, имеющие пропагандистские возможности. Учитывая, что эти средства производства находятся в руках капиталистического класса, они выполняют деструктивную и дезорганизующую роль по отношению к его противникам, прежде всего рабочему классу. Целью владельцев является получение прибыли (а, при возможности, сверхприбыли), за счет эксплуатации наемного труда и получения, таким образом, добавочной стоимости. В идеологическом плане такие масс-медиа ведут пропагандистскую работу по сохранению статус-кво, т.е. господства капиталистов.

*Теории представителей Франкфуртской школы*

Взгляды большинства представителей Франкфуртской школы носили неомарксистский характер. Сама школа существовала в 30-70-е гг. XX ст. Возникла она в Институте социальных исследований во Франкфурте-на-Майне.

Прежде всего, стоит назвать критическую теорию в анализе социальных процессов. За ней стоят разработки классиков Франкфуртской школы М.Хоркхаймера, Т.Адорно, Г.Маркузе. В частности, в этой теории рассматривалась роль медиа, считалось, что медиа, представляя интересную экономического базиса, формируют идеологическую и политическую надстройку в интересах буржуазии. При этом признавалась утрата пролетариатом роли гегемона и революционизирующего элемента. Классиков школы интересовал вопрос влияния надстройки на процессы в обществе, на его развитие. Один из путей виделся в господстве массовой культуры, ориентированной на идеалы консюмеризма и бесклассовости. Исследование феномена массовой культуры основывалось на теоретическом наследии К.Маркса, Г.В.Ф.Гегеля и З.Фрейда. Утверждалось, что человек зависит от общепринятых дефиниций и образов. Наследие К.Маркса проявлялось также в историческом подходе к анализу социальных явлений. Считалось, что медиа массово воспроизводят культурные формы, создавая «одномерное общество» (Г.Маркузе) и идеологизируя надстройку. При этом общество атомизируется, а чувство социальной солидарности утрачивается.

Несколько по иному, чем Т.Адорно, оценивал роль масс-медиа другой ученый Франкфуртской школы В.Беньямин.

Ряд интересных мыслей выразил по поводу процесса массовой коммуникации немецкий философ Ю.Хабермас. Он, наследуя М.Вебера, акцентирует внимание на перенесении центра общественного напряжения из отрасли производственных в отрасль социальных и коммуникативных отношений. Исходя из этого, ученый считал, что регулятивная функция масс-медиа будет постоянно расти. Социальное поведение Ю.Хабермас возводит к ситуации говорения, а языку отво-

дит чрезвычайно большую роль в процессе коммуникации. Опираясь на анализ актов общения, а также на данную М.Вебером концептуализацию социальных действий, немецкий ученый выделил два типа поведения: коммуникативный и стратегический — и показал, как стратегически ориентированное поведение (целью которого является не достижение взаимопонимания, а реализация «интереса») ведет или к осознанному, или к неосознанному обману партнера.

#### *Коммуникационные воззрения Н.Лумана*

Интересен подход к коммуникации Н.Лумана. По его мнению, коммуникация «осуществляется посредством трех различных селекций, а именно: селекции информации, селекции сообщения этой информации и селективного понимания или непонимания этого сообщения и его информации» [Луман Н., 1995]. Причем он считал, что эти компоненты находятся в неразрывной связи. Н.Луман высказывал еще ряд интересных, хотя и спорных идей. Например, о том, что «коммуникация не имеет никакой цели», т.к. является кольцевой, аутопойэтической системой [Луман Н., 1995]. При этом он вступал в резкую дискуссию с Ю.Хабермасом, считая что его теория рациональности коммуникативного действия, согласно которой коммуникация нацелена на консенсус, ошибочна. Вместо этого он выдвигал тезис о рискованности коммуникаций, т.е. о том, что обостряется вопрос будет ли сообщенная и понятая информация принята или отклонена.

Как видим, ключевыми понятиями в теории Н.Лумана является аутопойезис систем от биологических до социальных. Под этим понимается их самовоспроизводство, самоорганизация, а также исключительная закрытость. Система не способна понять себя извне. Вообще, непонятно отношение Н.Лумана к внешнему, за пределами системы, миру. Сила социальных систем именно в том, что через создание системы квазивнешнего наблюдения (масс-медиа) они способны к самооценке и развитию. Вообще, при рассмотрении коммуникационных взглядов Н.Лумана следует учитывать, что сам он считает их побочным продуктом своей системной теории. Н.Луман считал, что любая коммуникация носит невероятный характер. Причем невероятность имеет несколько составляющих. И преодоление одной из них усиливает другие (например, при достижении понимания коммуникации может усилиться ее неприятие). Социальные же структуры призваны преодолеть невероятность коммуникации. Важным является также понятие кода, т.е. средства для отделения элементов системы от элементов несистемы. Коды носят универсальный характер и без них коммуникация в системе невозможна. Например, для экономики кодом являются деньги, для науки — истина, для интимных отношений — любовь и т.д. Интересным является также то, что системы, по Н.Луману, носят абсолютно замкнутый характер, не пересекаются и не могут понять друг друга (например, биологическая система и социальная). Если же внешние помехи носят значительный характер (т.е. система их замечает), то она интерпретирует их в соответствии со своим кодом и реакция будет зависеть именно от такой интерпретации (в этом еще одно значение масс-медиа).

*Структурализм и постструктурализм*

Прежде всего, необходимо отметить отличие структурализма от структурного функционализма, которое основывается на объекте исследования. Если структурные функционалисты занимаются изучением, в первую очередь, социальных объектов, то структуралистов интересуют объекты лингвистические. Повышенный интерес к лингвистическим объектам в определенный период стал настолько велик, что дал основание говорить о лингвистическом повороте в социальных науках [Lash S., 1991: ix; по Ритцер Дж., 2002: 523].

Основателем структурализма считается швейцарский лингвист Ф. де Соссюр.

В постсоссюровский период в социальных науках возник особый интерес не только к языку, но и к знаковым системам вообще. Изучением структуры знаковых систем занялась семиотика, основателем которой считается Р.Барт. Таким образом, семиотика по объекту изучения значительно шире, чем языковедение. Она изучает все знаковые и символичные системы и все формы коммуникации. Р.Барт применил идеи Ф. де Соссюра ко всей полноте социальной жизни. По его мнению, социальное поведение представляет такие же репрезентации или знаки, как и язык: «Не только язык, но и соревнования по борьбе являются означающими практиками, как и телевизионные шоу, мода, приготовление пищи и все остальное в повседневной жизни» [Lash S., 1991: xi; по Ритцер Дж., 2002: 524].

Одним из разработчиков структурной теории является антрополог К.Леви-Стросс. При помощи методов Ф. де Соссюра он изучал мифы в примитивных обществах. При этом была создана концепция многообразных социальных явлений (систем взаимозависимости, родства и т.д.), которые рассматриваются как системы коммуникации.

Вклад в структурализм Ч.Пирса заключается прежде всего в разработке треугольника: «Знак», «Объект», «Интерпретант».

В связи с лингвистическим направлением нужно упомянуть о творчестве известного советского ученого Ю.М.Лотмана.

В середине 60-х гг. XX ст. возник постструктурализм. Стоит остановиться на взглядах Ж.Деррида. Он меньше внимания уделял структуре языка (язык был сведен к «письму», которое фактически не ограничивает субъекта). Кроме того, в представлении французского ученого язык был нестабильным и неупорядоченным. Деконструктивистский подход Ж.Деррида меняет многие устоявшиеся положения структурализма на противоположные.

Важнейшим представителем постструктурализма являлся М.Фуко.

Идеи постмодерна были разработаны целой когортой мыслителей. Но наиболее радикальным из них был французский социолог и философ Ж.Бодрийяр. Одним из его предшественников и вдохновителей был французский ситуационист Г.Дебор.

Но вернемся к взглядам Ж.Бодрийяра как наиболее яркого представителя постмодерной мысли. Переход с позиций марксизма к его критике характеризовался у Ж.Бодрийяра выдвиганием идеи символического обмена. Этот обмен пришел на смену экономическому обмену индустриальной эпохи. Символический обмен характеризуется

непрерывностью цикла, тем, что получатель и отправитель символов постоянно меняются местами и зависят друг от друга. На смену господству производства пришло господство средств порождения знаков, прежде всего, масс-медиа. И господство теперь достигается именно при помощи знаков и средств их порождения. Ж.Бодрийяр особо отмечал, что знаки перестали представлять реальность, они создают гиперреальность, которая заменяет реальность. Симуляция оказывается привлекательней и правдивей, чем правда. И теперь потребитель оказывается не в состоянии отличить реальность от ее подобия (например, реалити-шоу на телевидении). Хотя массы знают, что им говорят неправду, они потребляют информацию, поддаваясь соблазну особой знаковой системы телевидения. Индивиды оказываются в плену иллюзорной действительности, созданной масс-медиа — гиперреальности. Массы при этом становятся все более и более пассивными. Они поглощают значения и смыслы, делая бесполезными попытки манипуляции. Но, тем не менее, медиа способны контролировать аудиторию и собственное содержание. Они соблазняют массы знаками, образующими гиперреальность. При этом медийная информация оказывается лишенной значений. Те просто вытесняются из содержания масс-медиа. Масс-медиа приводят к разрушению социальных связей и межличностной коммуникации.

#### *Масс-медиа в теоретических воззрениях П.Бурдьё*

Довольно много внимания в своих теоретических разработках уделил масс-медиа известный и модный ныне социолог П.Бурдьё. Перед тем, как проанализировать взгляды французского ученого на процесс массовой коммуникации, остановимся на разработке понятия, которое принесло П.Бурдьё известность не только в социологии, но и в культурологии. П.Бурдьё реанимировал дефиницию «габитус». Существует мнение, что он заимствовал это понятие у схоластов, которые так переводили аристотелевский термин «*hexsis*». У Аристотеля так называлась сумма телесных навыков: походка, жестикация, манеры, способ бегать и т.д. [Зражевська Н.І. в, 2006: 140-141].

Особенно много претензий высказывал П.Бурдьё в адрес телевидения. Действительно, телевидение меньше приспособлено к передаче материалов аналитических жанров (по-видимому, именно их подразумевает П.Бурдьё под эпитетом «серьезное»), нежели периодическая пресса. Это заложено в самой природе аудиовизуального медиа. Аналитические жанры выдвигают ряд требований к каналу коммуникации, которые телевидение явно не удовлетворяет. Во-первых, представитель аудитории должен иметь возможность сам задать темп ознакомления с таким материалом, т.к. у различных людей различается скорость усвоения и осмысливания аналитических материалов. Во-вторых, коммуникант должен иметь возможность вернуться к непонятому или недостаточно понятому месту и ознакомиться с ним еще раз. Все эти возможности предоставляет периодическая пресса, Интернет-медиа, но не телевидение и радио.

П.Бурдьё считал, что вредными для передачи мысли являются такие требования телевидения, как ограничение времени, навязывание темы для выступления, замечания по техническим вопросам, проблеме понятности для зрителя, от имени морали и благопристойности.

Он считал, что большинство тех, кто соглашается принимать участие в телевизионных передачах, делают это не для того, чтобы передать какие-то свои мысли, а чтобы показать себя и быть замеченным другими. Такие приглашения невозможны без компромиссов и самокомпрометации со стороны приглашенных. Одной из форм такой самокомпрометации П.Бурдые называет издание произведений, основная цель которых, по словам Ж.Делеза, приглашение на телевидение. Таким образом, телевизионный экран характеризуется как зеркало Нарцисса, место нарциссического эксгибиционизма. Вместе с тем, П.Бурдые считал ошибочным категорический отказ выступать по телевидению, т.к. это инструмент, теоретически позволяющий достигнуть каждого. В этих условиях ученые, как «чиновники человечества» (по словам Гуссерля) обязаны пытаться донести до всех свои открытия.

П.Бурдые считал, что телевидение не исполняет свою основную функцию: информирование людей. Оно скрывает, показывая. Это делается либо через демонстрацию не того, что надо показывать, либо через нивелирование того, что надо показывать, либо таким показом, когда явления приобретают смысл, не соответствующий действительности. В основе выбора телевизионщиков лежит поиск сенсационного и зрелищного. Драматизация на телевидении проявляется через придание чрезмерной трагичности тем фактам, которые попадают в эфир. П.Бурдые безжалостно критикует телеведущих, которые, по его мнению, излишне драматизируют события и употребляют неверные слова для их интерпретации: «У меня часто возникает желание заменить буквально каждое слово телеведущих, которые часто говорят, не задумываясь, не имея ни малейшего представления о сложности и серьезности того, о чем они упоминают все и об ответственности, которую накладывает такое упоминание перед лицом тысяч телезрителей при отсутствии понимания того, что они говорят, и при отсутствии отсутствия понимания. Потому что такие слова создают реальность, вызывают к жизни фантазмы, страхи, фобии или просто ложные представления» [Бурдые П., 2002: 33]. Конечно, с одной стороны, явно пренебрежительное отношение к журналистам, их умственным способностям и чувству ответственности, вызывает отторжение. С другой, ответственность за слово всегда было основой качественной журналистики. Недобросовестность, пренебрежение к тому, «как слово наше отзовется» представляет характерную черту конъюнктурщиков не только в журналистике, но и в других сферах социального действия, в частности, в социологии.

Интересны замечания П.Бурдые, касающиеся поиска сенсации. По его мнению, журналисты ищут экстраординарное там, где другие видят только банальное, и этому экстраординарному они отдают место в ущерб освещению ординарного. Причем вследствие того, что все ищут сенсации, то в результате это приводит «к единообразию и банализации», вместо «оригинального и единственного» в других областях.

П.Бурдые подчеркивал силу телевидения, считая, что телевизионное изображение является сильным оружием. «Телевидение показывает и заставляет поверить в то, что оно показывает». Это может породить эффект мобилизации или демобилизации. Телевидение способно создавать реальность, оно из «инструмента отображения реальности, превращается в инструмент создания реальности». Это очень интересное

и глубокое наблюдение. Телевидение, как и медиа вообще, играет все большую роль в нашей жизни. Теперь никого уже не удивляют медиа-события, то, что политики стараются приурочить свои действия к более выигрышному с точки зрения освещения масс-медиа времени, что различные группы действия (от лоббистских до террористических) ориентируются именно на медиа. Если раньше для достижения политических целей устраивали демонстрации и митинги, то сейчас демонстрации устраивают для того, чтобы их показали по телевидению.

Также П. Бурдые отметил особенности проявления конкуренции в медийной среде. Он утверждал, что когда конкуренция происходит между журналистами и изданиями, работающими в одной среде с одинаковыми условиями, то она становится фактором единообразия. В качестве доказательства он приводил примерно одинаковую повестку дня в конкурирующих медиа. П.Бурдые считает, что острая журналистская конкуренция производит «эффект замкнутости и ментальной ограниченности». При этом французский социолог забывает о том, что журналисты только отражают окружающий мир. И если в этом мире происходят события, интересующие аудиторию, то весь их набор, естественно, попадет в масс-медиа. Свободная конкуренция, как и в иных областях, стимулирует качество работы и гарантирует, что не будет общественно значимых событий, которые будут умалчиваться вследствие политических или экономических интересов владельца. Преувеличивается и явление однообразия. Каждый медиа подает новости в своей манере и в соответствии со своими установками. Где-то больше внимания обращается на политику, где-то на новости из обычной жизни (лайф). Именно благодаря разнообразию люди выбирают свои излюбленные источники информации и голосуют за них или своими деньгами, или временем просмотра.

Преувеличивается, на наш взгляд, П.Бурдые и эффект закрытости журналистов, а вследствие этого цензуры (по-видимому, самоцензуры). По мнению выдающегося французского социолога, этот эффект порождается тем, что журналисты — люди приблизительно одной формации, с одинаковым образованием, происхождением, условиями работы, постоянно общающиеся в основном друг с другом и стремящиеся обыграть друг друга на медийном поле, которые к тому же получают информацию из одних и тех же источников. Пытается П.Бурдые интуитивно нащупать роль гейткиперов в масс-медиа [Бурдые П., 2002: 41].

Для перехода от описания к поиску объясняющих механизмов П.Бурдые вводит понятие «поле журнализма». Он считает, что журналистский мир — это микрокосм, существование которого подчиненно собственным правилам, определено позицией по отношению к окружающему миру, отношениями притяжения и отталкивания с другими микрокосмами. Причем то, что происходит в журналистике, не может быть выведено только из внешних факторов, в частности, экономических. Особую роль при этом играет «совокупность объективных силовых отношений, составляющих структуру поля». Это, например, доля рынка, уровень доверия, известность ведущих журналистов и т.д. Поле, как структурированное социальное пространство, П.Бурдые определяет как диалектическое единство поля сил с присутствием господствующих и

подчиненных, связанных отношениями неравенства, и поля борьбы за изменение или сохранение данного поля сил.

Цель своего анализа поля журналистики П.Бурдьё видел в осознании журналистами возможных пороков профессии и создания предупредительных механизмов. В их качестве французский социолог предлагал межгазетные союзы, которые бы могли нейтрализовать некоторые эффекты конкуренции. Т.е. это должна быть договоренность между журналистами для нейтрализации конкуренции. Как пример, он приводил возможность отказа от приглашения в эфир политических деятелей, известных ксенофобскими высказываниями. Хотя сам П.Бурдьё считал свои надежды утопичными. П.Бурдьё не видел позитивных эффектов конкуренции в журналистике. Между тем, отсутствие конкуренции приводит к единообразию и единомыслию, что пагубно сказывается прежде всего на качестве журналистского продукта.

Серьезные размышления П.Бурдьё касаются освещения медиа резонансных событий. В качестве примера, он приводит освещение французской прессой убийства маленькой девочки на юге Франции. Возмущенные отец и брат жертвы собрали небольшую демонстрацию, которая была освещена местными газетами, и, вследствие этого, событие вызвало большой резонанс, привлекло внимание политиков и, в конечном итоге, привело к восстановлению пожизненного заключения. Таким образом, масс-медиа, по мнению П.Бурдьё выступили в качестве мобилизующего инструмента информации, способствовали установлению извращенной формы прямой демократии, заставили забыть о дистанции, которая обычно поддерживается логикой политического поля. При этом П.Бурдьё забывает о том, что основная функция журналистов именно в информировании и информировании о том, что имеет общественный интерес. Убийство маленькой девочки и реакция ее родных и близких без сомнения такой интерес имеют. Журналисты не имели профессионального права замалчивать такие события и не несут ответственности за политические либо иные решения, которые возникли в результате общественной дискуссии, даже если они и инициировали такую дискуссию. В конечном счете, именно такие дискуссии служат, по Г.Гегелю, механизмом формирования общественного мнения. Как справедливо отметил американский журналист Дж.Дикин: «Если бы плохие новости не сообщались, то исчезли бы их последствия?» [по Українська журналістика, 1997: 85]. Люди имеют право знать обо всем, что происходит вокруг и что способно привлечь их внимание, и ни журналисты, ни социологи, ни кто-либо иной не могут ограничивать это право даже из самых благих побуждений.

Общезвестно негативное представление П.Бурдьё о журналистике. В частности, он считал безосновательным мнение о том, что журналисты — это противовес власти, критический инструмент, без которого невозможна демократия. Он считал, что в телевизионных новостях реализуется видение мира вне истории, раздробленное и дробящее: чередование внешне абсурдных историй, которые в итоге невозможно отличить друг от друга, непрерывное шествие бедствующих народов по причине событий, которые появляются на экране без объяснений их причин, и исчезают, не получив решения. Таким образом, мир пред-

стает «как абсурдное чередование катастроф, которые невозможно ни понять, ни предотвратить».

Критика П.Бурдье журналистов и журналистики часто представляется преувеличенной. Однако, без сомнения, выдающийся французский социолог произвел глубокий и конкретный анализ поля журналистики. К его мнению необходимо прислушиваться, чтобы понять закономерности этого поля и пути выхода из той критической ситуации, в которой оказалась журналистика сегодня (имеется в виду кризис не экономического, а кризис доверия и ценностей).

#### *Культурологические теории массовой коммуникации*

Рассмотрение культурологических теорий массовой коммуникации мы начнем с символического интеракционизма, теоретики которого активно разрабатывали в том числе и теории массовой коммуникации.

Один из ученых этого направления И.Гофман в духе театра пытался объяснить конфликт между ожиданиями коммуникатора и аудитории.

Общество спектакля французского ситуациониста Г.Дебора представляется как фальсификация жизни, в том числе и в масс-медиа.

Особую роль в культурологическом изучении мира сыграли теории культивирования и новой индустриальной революции Дж.Гербнера

Большое место занимают масс-медиа в социодинамической теории французского социолога А.Моля. На наш взгляд, теория Г.М.МакЛюэна во многом схожа с взглядами А.Моля. Последний считал, что в современном обществе население получает знания не столько от системы образования, сколько от масс-медиа. Таким образом, культура и знание приобретаются бессистемно, и А.Моль называет их «мозаичными».

Многое сделал для развития культурологического направления теорий массовой коммуникации Т.Адорно.

#### *Теоретические обобщения Д.МакКуэла*

В современной коммуникативистике широкой известностью пользуются попытки Д.МакКуэла обобщить большинство научных изысканий в сфере массовой коммуникации. В своей книге «Теория массовых коммуникаций. Введение» он составил своеобразную карту теорий масс-медиа.

В целом, деятельность Д.МакКуэла — это первая попытка системно проанализировать все многообразие теорий в сфере массовой коммуникации. Эта попытка оказалась успешной и основная работа Д.МакКуэла с изменяющимся и содержанием, и названием постоянно находится в лидерах цитирования в исследованиях массовой коммуникации. С другой стороны, не увенчалась успехом попытка ученого создать единую, универсальную теорию массовой коммуникации. Причиной, по-видимому, служат, во-первых, быстрые изменения в сфере технологий масс-медиа, во-вторых, сложность и разноплановость самого явления массовой коммуникации.



*Теории журналистики*

Как прародителей и вдохновителей этих теорий стоит назвать Д.Мильтона и Д.Милля. Д.Милтон намного опередил свое время. Да, он ограничивал свой призыв к свободе от цензуры, например, для пропагандистов католицизма. Но он в своих воззрениях исходил из главного тезиса о том, что человек свободен, свобода — это дар Божий. И никто не имеет права лишать его этой свободы. Для сознательной свободы действий человек должен иметь знания. Он может извлечь знания из любого сосуда, будь-то с плохой или хорошей водой. Да, человек может ошибиться или подпасть под дурное влияние. Но вина в этом будет человека, а не той информации, с которой он ознакомился. Запрет же другим людям знакомиться с такой информацией нанесет невосполнимый ущерб знаниям и свободе дискуссий.

Другой выдающийся теоретик свободы прессы Д.Миль жил через 200 лет после Д.Мильтона. Но их мысли переплетаются и дополняют друг друга. Как и Д.Милтон Д.Миль считал, свободу прессы составной частью свободы человека вообще, в особенности свободы гражданской или общественной.

Причем, интересным является то, что, по мнению Д.Милля, никто, в том числе сам народ, не имеет права ограничивать свободу выражения мнений. Такого права вообще не существует.

Именно на взглядах Д.Мильтона и Д.Милля построена доктрина возвращения к истине. Человек, или группа людей, или все человечество могут ошибаться. Но при условии свободы выражения мнений, при свободной дискуссии истина все равно победит, и люди вернуться к истинным взглядам. При этом никто не знает, что есть истина, а что есть ложь, т.к. непогрешимых людей просто не существует.

В области теории журналистики широко известна работа трех американских ученых «Четыре теории прессы». Ее авторы — известные ученые Ф.Сиберт, Т.Петерсон и У.Шрамм.

При первом ознакомлении кажется, что в обосновании основ своей теории авторы изложили вполне марксистский подход, утверждая, что «пресса всегда принимает форму и окраску тех социальных и политических структур, в рамках которых она функционирует» [Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т., 1998: 16 и далее]. Хотя в самом обосновании теорий видно, что это не так. И дело даже не в системности доказательств. Если К.Маркс и его последователи прежде всего исследовали экономическую детерминанту, то американские ученые, взгляды которых мы рассматриваем, политическую (прежде всего, проблемы социального контроля). Ученые, писавшие книгу, безусловно, находились под влиянием американской школы структурного функционализма и действовали в рамках ее традиций.

Американские исследователи считают, что две основные теории прессы сложились уже в эпоху Ренессанса, а остальные две — только модификация первых. Это авторитарная, либертарианская, социальной ответственности и советская коммунистическая теория.

Анализируя представление теорий, мы можем подтвердить вывод о том, что модель социальной ответственности является отступлением от идей Мильтона, Локка, Милля и своеобразным синтезом авторитарной и либертарианской модели. Медиа уже не должны просто отражать

действительность, людям уже не доверяют самим разбираться в происходящем. Медиа обязаны «переводить конфликты на уровень обсуждения», отвергается «свободный рынок идей» и «процесс возвращения к истине», вместо этого запрещается «вмешательство в сферу прав личности и жизненно важных общественных интересов» (а контролировать это должно «общественное мнение» или правительство, которое может быть «вынуждено взять <медиа> в свои руки, чтобы обеспечить общественные интересы»). Более того, «кто-то» должен заставлять медиа быть социально ответственными. Таким образом, мы видим рецидив авторитарного мышления, когда признается, что «кто-то» может за потребителей решать, что является социально полезной информацией, а что нет. В этом случае, под предлогом защиты интересов общества ограничиваются свободный поток идей и информации, а также права людей на получение той информации, которую они считают нужной. К счастью, современные информационные технологии вряд ли позволят реализовать такие идеи в полной мере.

*Теория повестки дня М.МакКобса и Д.Шоу*

Авторы теории повестки дня (agenda setting) провели исследования масс-медиа, которые показали, что масс-медиа придерживаются, в принципе, одинаковых приоритетов в выборе основных тем для освещения [McCombs M.E., Shaw D.L., 1972: 176-187] (соответствующая гипотеза появилась еще в начале 60-х гг. XX ст. [Cohen B.C., 1963]). То есть одни события освещаются в масс-медиа, другие — замалчиваются. Так как масс-медиа привлекают внимание общества к определенным проблемам, они становятся актуальными, хотя иногда являются довольно далекими от реальных потребностей аудитории. В подтверждение этого приводятся данные исследований, согласно которым общественное мнение и содержание газет являются практически идентичными, т.е. уделяют приблизительно одинаковое внимание различным проблемам. Но для ряда проблем (например, инфляция или уровень безработицы в 60-70 гг.) не было реальных оснований для такой реакции. Делается вывод, что масс-медиа часто сами конструируют проблемы, привлекая к ним внимание аудитории. При этом исследователи постарались выяснить какие проблемы и почему оказываются в фокусе освещения масс-медиа. М.МакКомбс и Д.Шоу считали, что масс-медиа самопроизвольно переключают внимание аудитории на те или иные актуальные проблемы. При этом может произойти смещение акцентов, но невозможно создать искусственную актуальную проблему и удерживать на ней длительное время внимание аудитории.

Конечно же, данная теория рассматривает, прежде всего, область информирования. Однако именно тут происходит активное формирование общественного мнения. Медиа, вольно или невольно, активно влияют на него, ставя в фокус освещения определенные события и проблемы. Авторы теории особо отмечали тот факт, что масс-медиа не только сообщают о событиях, но и определяют степень важности того или иного события для аудитории. В частности, медиа в период предвыборных дебатов определяют степень важности проблем, о которых говорят кандидаты и, таким образом, влияют на электоральный выбор, т.к. ау-

дитория склонна голосовать за тех, кто поднимает и обещает решить актуальные проблемы.

Особое внимание следует уделить деятельности журналистов. Фрагментарность выбора журналистами тем для сообщений, их приоритеты получают особое значение в свете теории повестки дня.

М.МакКомбс выделил несколько достаточных условий для достижения эффекта от передачи информации. Это регулярность и длительность передачи информации (то есть, как долго она воздействует на аудиторию) и близость к непосредственному опыту индивида (информация, которая не касается этого опыта, легче воздействует на установки индивида).

Таким образом, авторы теории повестки дня считают, что масс-медиа устанавливают повестку дня для общества, привлекая внимание к определенным проблемам (не всегда действительно значимым), структурируя их и способствуя формированию мнения об их высокой актуальности для аудитории. К минусам теории можно отнести ее узкую направленность, т.е. то, что авторы рассматривают влияние масс-медиа в отрыве от других факторов формирования порядка дня. Кроме того, не дифференцируется аудитория, на которую направлено влияние. Вряд ли различные группы аудитории одинаково воспринимают приоритеты, которые расставляют масс-медиа. Не установлено и различие в восприятии повестки дня в различных видах медиа.

#### *Теория гейткиперов К.Левина*

Теория гейткиперов родилась вне всякой связи с массовой коммуникацией. Однако именно в ней она обрела особую популярность. Рождение теории связывается с конкретным социальным исследованием, которое провел в 40-х гг. XX в. К.Левин по заказу американского правительства в рамках Комитета по пищевым добавкам Департамента сельского хозяйства США. Тогда стояла задача повысить потребление мясных субпродуктов (традиционно они были непопулярны среди американцев — сердце, почки и кишки или выбрасывались, или использовались на корм скоту). К.Левин выяснил, что решение о закупках продуктов принимают домохозяйки, и именно на них нужно направить пропагандистскую кампанию. То есть, по К.Левину, на пути коммуникации стоят своеобразные «ворота», и «охранники» этих ворот, гейткиперы, принимают решение о том, какую информацию пропускать, а какую нет через эти ворота. Эта теория резко повышает статус творческого топ-менеджмента масс-медиа, ведь именно он принимает конечное решение о том, что увидит аудитория на экранах телевизоров, услышит по радио или прочитает в газетах.

Рассматривая массовокоммуникационную модель необходимо сказать о том, какие требования стоят перед социологическими моделями вообще. Модель должна словесными, символическими или графическими средствами выражать специфику данного процесса. Кроме того, модель должна соотноситься с моделями других общественных явлений. Т.е. модель в специальных символах должна отражать реальный мир. Естественно, полностью это невозможно, т.к. действительность слишком многогранна для отражения в строгой форме. Таким обра-

зом, модели отражают какую-либо сторону рассматриваемого процесса, определенные его свойства, функции и т.д. Моделирование процесса является одним из общесоциологических методов изучения реальности. Для его применения необходимо знать структурно-функциональные, а в некоторых случаях и причинно-следственные связи в объекте.

Существует множество подходов к моделированию массовокоммуникационной деятельности. Исследователи исходят из стремления представить всю совокупность факторов, участвующих и влияющих на этот процесс. Но массовая коммуникация относится к сложным общественным процессам. Не только ее структура, но и она сама постоянно меняется с развитием общества и человека. Такими же изменчивыми выступают как техника ее осуществления, так и закономерности воздействия. Таким образом, смоделировать этот процесс достаточно сложная задача, и в настоящее время навряд ли можно признать какую-то модель господствующей и закрывающей все вопросы массовокоммуникационной деятельности.



# 4

## **Информационное общество**

**Часть IV. «Информационное общество»**  
*посвящена рассмотрению основных теоретических  
подходов к изучению и объяснению закономерностей  
функционирования информационного общества.*

**4.1. Основные представления об информационном обществе**  
(с. 480 – с. 656)

**4.2. Основные составляющие информационного общества**  
(с. 656 – с. 682)

**4.3. Роль информационных технологий в развитии общества**  
(с. 683 – с. 716)

**4.4. Особенности информации в информационном обществе**  
(с. 716 – с. 728)

**4.5. Переход к информационному обществу:  
общие закономерности и специфика регионов**  
(с. 728 – с. 752)



## 4.1. Основные представления об информационном обществе

### 4.1.1. Определения и характеристики информационного общества

Принято считать, что термин «информационное общество» возник в конце 60-х гг. XX ст., а его авторство принадлежит профессору Токийского технологического института Ю.Хайяши. В конце 60-х — начале 70-х гг. XX ст. ряд организаций подготовили отчеты японскому правительству по перспективам развития общества, где обозначили основные черты нового типа социума. Это были отчеты Агентства экономического планирования «Японское информационное общество: темы и подходы» (1969), Института разработки использования компьютеров «План информационного общества» (1971), Совета по вопросам структуры промышленности «Контуры политики содействия информатизации японского общества» (1969) [по Колодюк А.В., 2004: 15, и далее]. Эти отчеты выделяли такие черты информационного общества, как обеспечение доступа к надежным источникам информации, освобождение от рутинной работы, высокий уровень автоматизации производства, увеличение доли инноваций, дизайна и маркетинга в стоимости продукции, и, как результат, по образному выражению И.Масуды, производство информационного, а не материального продукта станет движущей силой образования и развития общества. Согласно концепции председателя Института информационного общества, одного из авторов Плана информационного общества И. Масуды, информационное общество будет бесклассовым и бесконфликтным, с небольшим правительством и государственным аппаратом, а главной ценностью будет не потребление товаров, а время (большинство авторов дают историю возникновения понятия «информационное общество» по [Алексеева И.Ю., 1999]).

Существуют разные подходы относительно терминов «информационное общество» и «постиндустриальное общество». Часть исследователей считает, что это тождественные понятия, а часть, что они отличаются. Но, в целом, понятие «постиндустриальное общество» имеет большую историю и лучше теоретически разработано. Среди предшественников теории постиндустриального общества А.В.Колодюк называет трехсекторальную модель общественного производства новой исторической школы (40-50-е гг. XX ст.), согласно которой национальная экономика делится на первичный (добывающие отрасли), вторичный (обрабатывающая промышленность) и третичный (сфера обслуживания) сектора; концепцию стадий экономического роста (50 — нач. 60-х гг. XX ст.); доктрину «единого индустриального общества» (60-е гг. XX ст.), теории позитивной и негативной конвергенции, которые с согласованных позиций рассматривали страны первого и второго мира. Сам термин «постиндустриальное общество» ввел в научный оборот американский социолог Д.Рисмен в 1958 г. С 1965 г. в США работа-

ла футурологическая комиссия под руководством Д.Белла, которая на основе постиндустриализма разработала прогнозы развития до 2000 г. В выводах комиссии говорилось о том, что преобразования машинной технологии в интеллектуальную ведут к изменениям американской политической машины, что в экономике происходит перемещение центра тяжести в сферу услуг, что университеты, а не корпорации становятся центрами инноваций. Многие социологи сошлись на выводе, что общество утрачивает многие принципиальные черты, присущие индустриальной фазе развития, и переходит к следующей, постиндустриальной [Абде-ев Р.Ф., 1994; Иноземцев В.А., 2001: 140; Чугунов А.В., 2000; Riesman D., 1958]. Д. Белл так встраивал постиндустриальное общество в структуру общественного развития: «Доиндустриальный сектор является, в основном, добывающим, он базируется на сельском хозяйстве, добыче полезных ископаемых, рыболовстве, заготовке леса и других ресурсов, вплоть до природного газа или нефти. Индустриальный сектор носит прежде всего производящий характер, он использует энергию и машинную технологию для изготовления товаров. Постиндустриальный является обрабатывающим, и здесь обмен информацией и знаниями происходит в основном при помощи телекоммуникаций и компьютеров» [Белл Д., 1999: СЛ]. При этом роль сельского хозяйства и промышленности падает в пользу информационной индустрии. Три аспекта тут имеют определяющую роль: переход от индустриального к сервисному обществу; решающее значение кодифицированного теоретического знания для осуществления технологических инноваций; превращение новой интеллектуальной технологии в ключевой инструмент системного анализа и теории принятия решений [Белл Д., 1986: 335]. Интересный критический анализ такой классификации дал В.А. Иноземцев [Иноземцев В.А., 2001: 141-143]. Д. Белл свел понятие постиндустриального общества к таким ключевым компонентам: в экономике: переход от производства товаров к превалированию сферы обслуживания; по роду занятий: преимущество профессионально-технического класса; осевой принцип: ведущая общественная роль теоретического знания как источника нововведений и политических формулировок; ориентация в будущее: контроль технологии и технологической оценки; принятие решений: создание новой «интеллектуальной технологии» [Белл Д., 1996; по Ковалевский В.О. е]. В своей работе «Третья технологическая революция и ее возможные социально-экономические последствия» Д.Белл определил основные инновационные технологические процессы, лежащие в основе перехода к информационному обществу: переход от механических, электрических и электромеханических систем к электронным, в результате чего произошло редуцирование конструктивных элементов и рост скорости передачи информации; миниатюризация, т.е. значительное изменение величины конструктивных элементов, проводящих электричество или преобразующих электрические импульсы (транзисторы, чип и т.д.); дигитализация, т.е. дискретная передача информации посредством цифровых кодов; программное обеспечение, позволяющее одновременно решать различные задачи без знания какого-либо языка на персональном компьютере [по Негодаев И.А., 1999].

По мнению французских исследователей С.Нора и А.Минка в информационном обществе происходит совпадение организации с до-

бровольностью, т.е. это «совершенное рыночное общество, в котором образование и информация сделают каждого человека осознающим коллективные ограничения, и общество совершенного планирования, где центр получает от каждой единицы базиса верные сообщения о ее целях и предпочтения и в соответствии с этим формирует собственную структуру и позицию [по Алексеева И.Ю., 1999].

В целом, по мнению А.В.Колодюка, концепции информационного общества дают понимание того, что это: 1) общество нового типа, формирующееся в результате новой глобальной социальной революции, порожденной взрывным развитием и конвергенцией информационно-коммуникационных технологий; 2) общество знаний, т.е. общество, в котором основным условием благополучия каждого человека и каждого государства становятся знания, полученные благодаря беспрепятственному доступу к информации и умению работать с ней; 3) глобальное общество, в котором обмен информацией не будет иметь ни временных, ни пространственных, ни политических границ; это ж общество, с одной стороны, содействует взаимопроникновению культур, с другой — открывает каждому сообществу новые возможности для самоидентификации. В развитых государствах в условиях информационного общества резко увеличилась доля работающих в информационной сфере, к тому же эта работа стала считаться престижной. Кроме того, появилась потребность в соответствующих знаниях для обработки информационных ресурсов. Актуальной становится задача не просто приобретения знаний, а способность быстро и качественно обрабатывать и усваивать необходимую информацию, что должно обеспечить ориентацию в информационном потоке. Еще один необходимый элемент: использование знаний на практике. Все это, конечно же, невозможно без широкого использования информационно-коммуникационных технологий. При этом в информационном обществе источником инноваций в значительной мере становятся исследования и разработки (англ. Research & Development). В связи с этим А.В.Колодюк и некоторые другие исследователи отождествляют понятия общество знаний и информационное общество. При этом возникают существенные трудности, связанные с противоречием между ограниченными возможностями человека по восприятию и усвоению информации и существующими ее потоками; большим количеством информации, которая не нужна человеку в данный момент; барьеры, оправданные и нет, на пути информации. То есть возникает парадокс, когда информационный ресурс существует, но человек не может им воспользоваться. Вообще, процесс вхождения в информационное общество носит комплексный характер. Необходимо не только присутствие технических условий информатизации, но и социальных условий, т.е. чтобы индивиды имели возможность и навыки воспользоваться информационными технологиями. В связи с важностью второго компонента встает проблема формирования информационного сознания, как совокупности электронной готовности (e-readiness) и электронного включения (e-inclusion) (под готовностью принято понимать уровень социально-экономического развития, оцениваемый по таким критериям: развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры, электронная экономика, дистанционное образование, уровень использования информационных технологий и полити-

ка государства относительно их внедрения [Глоссарий...]). В целом, А.В.Колодюк приходит к выводу, что информационное общество — это комплексное понятие, которое состоит из множества аспектов политической, социальной, экономической и гуманитарной природы, и которому свойственна высокая динамика развития. При этом первоочередное значение в развитии общества приобретает знание, информация и интеллектуальный потенциал человека. Основными характеристиками этого типа общества являются увеличение роли информации и знаний в жизни общества, рост объемов информационно-коммуникационных продуктов и услуг; создание глобального информационного пространства для обеспечения эффективного информационного взаимодействия людей, их доступа к мировым информационным ресурсам и удовлетворения их потребностей в информационных продуктах и услугах.

К.Фримен и Ф.Лука считали, что массовое использование информационных технологий фактически во всех отраслях экономики привели к возникновению дефиниции «информационная революция». Однако, возникает вопрос, насколько оправдано применение термина «революция». То есть, изменения обусловлены чередой небольших улучшений существующих технологий или же являются результатом радикальных инноваций с ясными «точками разрывов»? Американские исследователи придерживаются второй точки зрения и считают, что историю последних двух-двух с половиной столетий можно назвать «чередой последовательных технологических революций» (по выражению Шумпетера) [Фримен К., Лука Ф., 2008: 179, и далее]. Также поддерживается теория российского ученого Кондратьева о волнообразном развитии. Вот так была подытожена концепция Кондратьева:

<b>Констелляции технологических ин- новаций</b>	<b>Центральная отрасль и другие ведущие отрас- ли экономики</b>	<b>Основной входной ре- сурс и другие важные входные ресурсы</b>	<b>Транспортная и ком- муникационная инф- раструктура</b>	<b>Управленческие и организационные из- менения</b>	<b>Признаватель- ное датирование «повышающей» волны (бум), \ Прибавле- тельное датирование «нисходящей» волны (кризиса перестройки)</b>
1. Механизация в промышленности с водным приводом	Хлопкопрядение, продукты металлургии, водяные колеса, отбеливание	Железная руда, сырой хлопок, уголь	Каналы, дороги с улучшенным покрытием, парусные суда	Заводские системы, партнерства, предприниматели	1780-1815 1815-1848
2. Механизация промышленности и транспорта с паровым приводом	Железные дороги и железнодорожное оборудование, паровые машины, механические инструменты	Железная руда, уголь	Железная дорога, телеграф, пароходы	Акционерные общества, передача ответственности на субординационных основах	1848-1873 1873-1895
3. Электрификация промышленности, транспорта и домашнего хозяйства	Электрическое оборудование, тяжелое машиностроение, тяжелая химическая промышленность, продукты металлургии	Сталь, медь, металлические сплавы	Стальные железные дороги, стальные суда, телефон	Специализированные профессиональные системы управления, тейлоризм, гигантские фирмы	1895-1918 1918-1940
4. Моторизация транспорта гражданской и военной экономики	Автомобили, грузовые машины, тракторы, танки, дизельные двигатели, самолеты, нефтеперерабатывающие заводы	Нефть, газ, синтетические материалы	Радио, автодороги, аэропорты, авиалинии	Массовое производство и потребление, формализм, иерархии	1941-1973 1973-...
5. Компьютеризация всей экономики	Компьютеры, программное обеспечение, телекоммуникационное оборудование, биотехнологии	«Чипы» (интегральные микросхемы)	Информационные магистрали (интернет)	Сети: внутренние, локальные и глобальные	??

Таким образом, сделана попытка систематизировать развитие экономики в зависимости от ряда факторов (ведущие отрасли, сырье, транспортная инфраструктура, управление производством), а также выделить периоды подъема и спада каждого этапа.

К.Фримен и Ф.Лука выделили такие этапы жизненного цикла технологической системы: 1) этап открытия и лабораторного развития, когда создаются ранние прототипы, регистрируются патенты, начинается внедрение; 2) этап решающих демонстраций, привлекательных с технической и коммерческой стороны, с массовым потенциальным применением; 3) взрывной старт и развитие в условиях структурного кризиса экономики и политического кризиса координации в процессе становления новой системы регулирования; 4) долговременное развитие в быстром темпе, когда система общепризнанна и является доминантной технологической системой в ведущих странах мировой экономики; 5) замедление темпов развития и уменьшение прибыльности по мере старения системы и обострения конкуренции со стороны новых технологий, что приводит к новому кризису в сфере структурной перестройки; 6) зрелость, при этом возможны эффекты «возрождения» за счет продуктивного сотрудничества и сосуществования и новыми технологиями, но также может начаться постепенное исчезновение. Последняя технологическая революция связана с широким применением компьютеров, программного обеспечения, микроэлектроники, интернета и мобильных телефонов. Эти отрасли в 90-е гг. XX ст. развивались в США высокими темпами и обеспечивали большую часть прироста экономики.

Несколько скептически относился к информационному обществу Э.Гидденс. Он считал, что постиндустриальное общество (*post-industrial society*) — это «понятие, употребляемое теми, кто считает, что процессы социальных перемен, проходящие в настоящее время, перешагнули рубеж индустриальной эры. Постиндустриальное общество базируется в большей степени на производстве информации, чем на материальном производстве товаров» [Гидденс Э., 2005] (позже мы подробнее проанализируем его критику теорий информационного общества).

Вообще, термин «информационное общество» еще только завоевывает признание. Так, например, он отсутствует в «Кратком оксфордском политическом словаре», хоть там и присутствует «индустриальное общество», как общество, которому свойственна значительная степень разделения труда и широкомасштабное механизированное производство. Правда, в статье упоминается появление термина постиндустриальное общество, где распределение труда носит более мягкий характер, т.к. люди могут применять свои умения и навыки в различных сферах [Короткий..., 2005: 267]. А в «Философском энциклопедическом словаре» постиндустриальное общество определяется как «современная стадия развития индустриального общества» [Постиндустриальное..., 2004], хотя и признается, что ряд ученых выделяют это понятие как особую историческую эпоху. При этом такая трактовка подвергается критике. Интересно рассмотреть аргументы такой критики. Во-первых, авторы энциклопедической статьи считают, что нельзя противопоставлять тысячелетиям доиндустриального общества три столетия индустриального, а последнему несколько десятилетий постиндустриального. Во-вторых, выражается сомнение, что уровня постиндустриального

общества смогут достичь даже все наиболее развитые капиталистические страны. В-третьих, считается, что концепция постиндустриального общества носит утопический характер. Эти аргументы представляются несостоятельными. Об ускорении развития человечества свидетельствуют множество исторических фактов и все основные периодизации цивилизаций. К информационному обществу (в основных его параметрах) пришли не только развитые, но и многие развивающиеся страны, которые благодаря этому прорыву преодолели свою отсталость (Сингапур, Малайзия, Индия, Бразилия и множество других примеров). Что касается утопического характера представления об информационном обществе, то следует отметить, что информационные технологии вошли не только в производственную практику, но и в повседневную жизнь значительной части человечества.

Хотя многие ученые не только принимают термин «постиндустриальное общество», но и активно разрабатывают теорию и историю постиндустриального общества. А.Ситников и М.Гундарин так просуммировали попытки его периодизации: 1) конец 40-х гг. XX ст. — бурный рост экономики и производства, быстрое внедрение новых технологий; 2) 50-е гг. — в США количество работников сферы услуг превысило число занятых в материальном производстве; 3) 70-е гг. — окончательное становление постиндустриального общества, что проявилось в радикальном ускорении технического прогресса (прежде всего, информатизации), радикальном изменении структуры занятости, становлении нового менталитета у значительной части населения. Как основные черты тут выделяется быстрота изменений и развития новых технологий, демасификации аудитории (за счет возможности самостоятельно выбирать источники информации), снижение роли бюрократии. Подчеркивается, что постиндустриальное общество вполне может ужиться с обществом доиндустриальным, а само постиндустриальное общество определяется как «третье общество», наследующее характер доиндустриального и индустриального обществ, первое из которых представляет собой взаимодействие с природой, второе — взаимодействие с преобразованной человеком природой, а третье, постиндустриальное, в этом случае есть взаимодействие между людьми» [Ситников А.П., Гундарин М.В., 2003: 57, 62]. Как видим, авторы попытались раскрыть новое общество через характер взаимодействий, что в данном случае далеко не достаточно.

Часть ученых считает информационное общество четвертой стадией развития цивилизации, для которой характерна занятость основной части населения в информационной сфере [напр., Федотова Л.Н., 2003: 22].

Н.Н.Моисеев считал, что словосочетание информационное общество требует расшифровки, т.к. каждый вкладывает в этот термин свой смысл [Моисеев Н.Н.].

С политологической точки зрения, информационное общество — это общество, где, прежде всего, происходит развитие информационно-коммуникационных технологий; важнейшим продуктом для большинства людей становится информация, обязательным условием является доступ к ней всех желающих, кроме случаев, которые предусмотрены политико-правовыми нормами по охране информационной безопасности; решающим в этом обществе есть способность мыслить, анализи-

ровать и использовать информацию. Оно чрезвычайно динамичное. И жизнь в информационном обществе для каждого человека различная, т.к. зависит от того, насколько индивид и социум приспособились к новым условиям [Дубас О., 2004: 74-75; по Колодюк А.В., 2004: 33].

По мнению А.В.Колодюка, анализ феномена возникновения информационного общества свидетельствует о комплексном и органическом развитии человека, создании условий для его духовного и умственного обогащения, наращивании национального человеческого капитала как основы развития политической, социальной, экономической, культурной и других сфер общественной жизни, прежде всего, в интересах граждан, повышении их благосостояния, эффективности экономики и укрепления государственности. При этом подчеркивается глобальный характер информационного общества. Украинский исследователь считает, что на политическом уровне информационное общество перестало быть социальной теорией или очередной выдумкой футурологов, а стало реальностью, которая вынуждает все страны находить и использовать ресурсы и средства для улучшения внутренних показателей развития и усиления геополитического положения [Колодюк А.В., 2004: 34-35]. Стоит только отметить, что свойственное политологам выдвижение на первый план национального, государственного не совсем корректно в случае информационного общества, которое нивелирует национальные различия, разрушает границы (прежде всего, в общении), а вместе с глобализацией приводит к утрате государствами некоторых своих функций.

Многие ученые, которые разрабатывали проблемы информационного общества, характеризовали его как принципиально новый этап в истории цивилизаций, выделяли такие факторы, как глобализм информационного пространства, развитие коммуникационных сетей, свободный от официальных границ поток информации, создание «единой компьютеризированной нации» [по Макаренко С.А., 2000: 22, и далее]. Основой нового типа общества признавались теоретические знания, инновации и информационные технологии. При этом исследователи анализировали позитивные и негативные перспективы нового типа общества.

Т.Стоуньер как основную ценность нового общества рассматривал информационные ресурсы: «В постиндустриальном обществе национальные информационные ресурсы превращаются в стратегические ресурсы человечества. Существует три способа, с помощью которых можно увеличить национальное богатство: 1) постоянное накопление капитала; 2) военные агрессии и территориальные захваты; 3) использование новых технологий, которые переводят «нересурсы» в ресурсы» [Стоуньер Т., 1986]. При этом особо отмечалось, что информацию можно накапливать подобно капиталу. Для этого должна развиваться информационная экономика, т.е. промышленность уступает приоритет сфере услуг, а в этой сфере превалирует обработка информации.

К.Спаркс подчеркивал, что переход к постиндустриальному обществу, трансформация традиционных моделей и систем приводит к объединению разных типов общественного устройства. Таким образом, информация в новом обществе не признает национальных границ, а глобальная коммуникация ведет к взаимопониманию между общностями [Sparks С., 1998].



Э.Гидденс, анализируя изменения конца XX ст., объединил такие признаки современного общества, как космическая, информационная, электронная эра, глобальная деревня, понятием «интеллектуальная цивилизация» [Giddens A., 1993].

М.Кастельс считал, что капитализм перерастает в информационализм под воздействием новых информационных технологий. При этом информация с ее возможностью неограниченной репродукции выступает как характерная черта нового общества и его главный ресурс. М.Кастельс противопоставлял понятия информационального и информатизированного общества, а сетевая логика взаимоотношений выступает у него как базисная структура глобального общества [Кастельс М., 2000].

Ф.Уэбстер, обобщив взгляды теоретиков информационного общества, предложил такую классификацию: 1) информационное общество — новый этап развития человечества, который основывается на старом традиционном обществе (Д.Белл, Ж.Бодрийяр, М.Постер, Ш.Сабель, М.Кастельс, Ж.Арланди, Е.Бустаманде и др); 2) информационное общество — это видоизмененная теория глобального диктата, переосмысление старых концепций развития, новая форма нетрадиционного общества (Г.Шиллер, Д.Харви, Э.Гидденс, Ю.Хабермас, Н.Гарнем, Д.Беккер). В целом, было выделено пять типов определений нового общества, связанных с параметрами новизны: технологическое, экономическое, связанное со сферой занятости, пространственное, культурное. Сам Ф.Уэбстер дал такое определение информационному обществу: революционный этап общественных трансформаций по таким направлениям, как экономика, технологии и производство, профессионализм, глобальное пространство, политика, социум и культура [Уэбстер Ф., 2004].

Пятисекторную модель информационного общества предложил А.Бениджер. Первый сектор — это извлечение материи из окружения для продуцирования энергии. Второй — синтез материи и энергии в более организованных формах. Третий — инфраструктура распределения материи и энергии в системе. Четвертый — параллельная инфраструктура для сбора, обработки и распределения информации, необходимой всем живым системам для контроля над материальными потоками. Пятый сектор — это социальное программирование и коллективное принятие решений для осуществления контроля. Четвертый и пятый сектора являются информационными [Beniger I.R., 1986; по Журавлева Е.Ю., 2002: 21-22].

Д.Холл понимал информационное общество как представление о постиндустриальной глобальной экономике, в которой место главной валюты занимает информация [Гол Д., 2005: 316].

Рассматривая изменения в занятости в информационном обществе Р.Инглегарт писал, что в «Соединенных Штатах, Канаде и Западной Европе значительная часть работников трудится сегодня вне фабричных стен. Большинство людей уже не живет в механистической среде, а проводит большинство своего производственного времени в общении с людьми и символами. Усилия человека все меньше оказываются сегодня сосредоточенными на производстве материальных товаров, вместо этого акцент делается на коммуникации и на обработке информации,

причем в качестве важнейшей продукции выступают инновации и знания» [Ингледарт Р., 2000: 259; по Сорокина В.Н., 2003: 119-120].

Большинство исследователей сходятся во мнении, что информационное общество — это общество, в котором информация — это самый ценный ресурс, ведущее средство производства, а также главный продукт. Большая часть рабочей силы в нем — работники информационных отраслей [напр., Бакулев Г.П., 2005: 127].

Некоторые авторы разводят постиндустриальное и информационное общество. Так, И.С.Мелюхин считает, что информационное общество возникает в рамках индустриального и постиндустриального [Мелюхин И.С., 1999: 13, и далее].

А.И.Ракитов считал, что основным критерием информационного общества служит количество и качество информации, которая находится в обращении, ее эффективная передача и переработка. Важной является также цена информации, т.к. это влияет на ее доступность. Что касается преобладающей информационной экономики, то она разделяется на два сектора. Первый производит информационные продукты и услуги для непосредственного потребления, а второй — для производства других продуктов [Ракитов А.И., 1989]. А.И.Ракитов выделял такие необходимые элементы информационного общества: любой индивид, группа людей, предприятие или организация в любой точке страны и в любое время могут получить за плату или бесплатно на основе автоматизированного доступа и систем связи любую необходимую для их жизнедеятельности и принятия решений информацию и знания; в обществе вырабатывается, функционирует и доступна любому индивиду, группе или организации современная информационная технология; имеются развитые инфраструктуры, обеспечивающие создание национальных информационных ресурсов в объеме, необходимом для поддержки ускоряющегося научно-технологического и социально-исторического прогресса; происходит процесс ускоренной автоматизации и роботизации всех сфер и отраслей производства и управления; происходят радикальные изменения социальных структур, вследствие чего расширяется сфера информационной деятельности и услуг [Ракитов А.И., 1991: 32-33; по Ковалевский В.О. е]. Как видим, российский исследователь сосредоточился на национальных аспектах развития информационного общества, хотя оно носит принципиальный глобальный и трансграничный характер.

И.Н.Курносов рассматривал информационное общество как такое, в котором преобладают удаленные коммуникации, дистанционная работа и досуг; формируются новые отношения между людьми в процессе производства и общественной деятельности; значительная часть ВВП производится и большинство работников заняты в информационном секторе; развиваются интерактивные информационно-коммуникационные технологии, глобальные компьютерные сети, комплексная обработка предоставления информации; появляются новые коммуникационные возможности для проявления политической воли общества и социальных групп; возрастает роль стран с мощным информационным потенциалом [Курносов И.Н. а, 1997: 4-5].

Ю.В.Яковец попробовал выделить «краеугольные камни» нового типа общества: «1. Примат человека, его сознания в системе источ-

ников саморазвития общества. Законы для достижения сознательно поставленных целей; 2. Лидирующая роль гуманитарных и общественных наук в системе научного познания логично вытекает из сказанного; 3. В методологии обществоведения на первое место выходит познание закономерностей цикличной динамики, социогенетики, эволюции общества; 4. Центральное место в обществоведении начинает занимать теория трансформации, переходных процессов, диагностики и предвидения неизбежных в цикличной динамике кризисов и путей выхода из них с наименьшими потерями; 5. Преобладающей тенденцией становится синтез знаний, взаимное обогащение наук как внутри обществоведения, так и со смежными гуманитарными, общественными и техническими науками; 6. Происходит перемещение географического эпицентра переворота в обществоведении, как это не раз случалось и в прошлом [Яковец Ю.В., 1997]. Как видим, явный сдвиг в сторону гуманитарной парадигмы. При этом фактически игнорируется экономическая составляющая, происходит разрыв материальных и духовных проблем.

По О.А.Финько и Ю.М.Нестерову для информационного общества характерно: глобальное распространение персональных компьютеров, связанных в трансграничную коммуникационную сеть; возможность для каждого члена общества своевременно получать через трансграничные коммуникационные сети полную и достоверную информацию любого вида и назначения независимо от границ; возможность оперативной коммуникации как между людьми, так и с государственными и общественными структурами вне зависимости от границ; трансформация деятельности масс-медиа по формам создания и распространения информации в связи с технологическими возможностями информационных компьютерных сетей; «исчезновение» географических и геополитических границ государств в информационных сетях, необходимость гармонизации законодательства; появление новых форм деятельности в связи с использованием информационных сетей: работа, творчество, воспитание и образование, медицина [Финько О.А., Нестеров Ю.М., 1997].

Г.А.Смолян и Д.С.Черешкин выделяют такие признаки информационного общества: формирование единого мирового информационного пространства и углубление процессов информационной и экономической интеграции стран и народов; становление и последующее экономическое доминирование информационно развитых стран, новых технологических укладов, которые базируются на массовом использовании сетевых информационных технологий, вычислительной техники и телекоммуникаций; создание рынка информации и знаний как факторов производства в дополнении к рынкам природных ресурсов труда и капитала, переход информационных ресурсов общества в реальные ресурсы социально-экономического развития за счет расширения доступа к ним; возрастание роли инфраструктуры в системе общественного производства и усиление тенденций к совместному функционированию в экономике информационных и финансовых потоков; фактическое удовлетворение потребностей общества в информационных продуктах и услугах; повышение уровня образования за счет систем информационного обмена, повышение роли квалификации, профессионализма и способности к творчеству; повышение значимости проблем обеспечения

информационной безопасности личности и общества, обеспечение прав на свободное получение, распространение и использование информации [Смолян Г.А., Черешкин Д.С., 1997].

И.С.Мелюхин считал, что глобальное информационное общество формируется локально, с разной скоростью в конкретных странах. Он выделил три главных характеристики информационного общества: информация используется как экономический ресурс для повышения эффективности, стимулирования инноваций и усиления конкурентоспособности; информация становится предметом массового потребления у населения; происходит интенсивное и преобладающее развитие информационного сектора в экономике. Отдельно отмечалось, что движение к информационному обществу — общая тенденция всех стран, вне зависимости от фазы их развития [Мелюхин И.С., 1999: 17-20].

По Е.А.Макаренко и О.М.Флор глобальное информационное общество — это 1) новое планетарное сообщество, основанное на информации (знаниях, интеллектуальных ресурсах), новая политическая, социально-экономическая и технологическая система в эволюции цивилизации; 2) цивилизация, в основе развития и существования которой лежит особая материальная субстанция с условным названием «информация», которая имеет качества взаимодействия как с духовным, так и материальным миром человека. При этом оптимальную структуру и функции этой социальной формации непосредственно определяют субъекты информационных процессов, т.е. граждане. По мнению авторов, именно в информационном обществе наиболее эффективно реализуются функции гражданского общества. Тут все инициативы идут снизу вверх, а государство только легитимирует новые потребности общества и способы их удовлетворения [Макаренко Е.А., 2000: 283; Наджос А.И., 2002; Флор О.М., 2004: 5-6, 52].

Подходы к трактовке понятия «глобальное информационное общество» попробовал обобщить А.А.Чернов: 1) общество нового типа, формирующееся в результате новой глобальной социальной революции, основой которой является взрывное развитие и конвергенция информационных и телекоммуникационных технологий; 2) общество знания, в котором главным условием благополучия каждого человека и каждого государства становится знание, полученное благодаря беспрепятственному доступу к информации и умению с ней работать; 3) глобальное общество, в котором обмен информацией не будет иметь ни временных, ни пространственных, ни политических границ; где с помощью научной обработки данных и поддержки знания будут приниматься более продуманные и обоснованные решения с целью улучшения качества жизни во всех ее аспектах; 4) общество, которое, с одной стороны, способствует взаимопроникновению культур, а с другой, открывает каждому сообществу новые возможности для самореализации [Чернов А.А., 2003]. А.В.Назаренко считал, что «информационное общество», это и есть современное общество, где экономика, политика, и другие сферы жизни определены системой связей, определяемой механизмом оборота информации в обществе» [Назаренко А.В.]. Он, вслед за Р.А.Добохотовым, выделял в развитии информационного общества два этапа: 1960-1990-е гг., связанный с распространением телевидения, и начиная с 1990-х гг., когда стал распространяться интернет.

Кроме того, возникает вопрос об отделении информационного общества от других формаций, т.к. при любом типе общества происходит обмен информацией, иначе общественная жизнь была бы невозможна. Большинство исследователей решают его таким образом: в информационном обществе основное общественное богатство производится в информационной сфере. А.В.Назарчук идет еще дальше, он считает, что в информационном обществе информация становится величиной, определяющей все прочие жизненные измерения, и что это общество, которое способно обеспечивать постоянный и оптимальный прирост количества информации для функционирования всех своих развивающихся подсистем, способно ее обработать и потребить. Еще одной отличительной чертой является то, что информацией, в отличие от традиционного общества, обладают не только элиты, а все население [Назарчук А. В. , 2002]. В.П.Терин считал, что информационное общество — это понятие, предполагающее взгляд на общество с точки зрения стремительно возрастающей, всепроникающей информатизации всех сторон его деятельности. При этом стержневым является управленческий аспект, т.е. например масс-медиа уже своим существованием изменяют жизнь людей, а элиты, которые ими владеют, пытаются оказать влияние через контент [Терин В.П. с].

Российский ученый Н.Н.Моисеев выдвинул идею коллективного интеллекта и коллективного разума. Он считал, что с их приходом наступит новый этап развития человечества, который не будет тождественным с простым накоплением электронных средств. Информационное общество может утвердиться только в результате целенаправленной деятельности людей. Это возможно при реализации идеи Коллективного Общепланетного Разума, которая восходит к взглядам В.Вернадского. Коллективный интеллект тут — это система, объединяющая людей информационными связями, предоставляющая отдельным личностям как доступ к общим знаниям, так и возможность сделать свой вклад в общее представление об окружающем мире, на основе чего формируются коллективные решения. На основе Коллективного интеллекта формируется Коллективный разум и память как единая форма коллективной собственности. При чем при ее использовании происходит только ее увеличение. Коллективный разум — это своеобразная информационная система, склонная не только к накоплению и передаче информации, но и к анализам и выводам. Она возникает благодаря взаимодействию локальных интеллектов, но не равняется их совокупности, т.к. происходит рост потенциальных возможностей этой системы. Новый этап развития человечества, по Н.Н.Моисееву, должен служить в свою очередь переходным этапом к эпохе ноосферы, когда будут созданы условия для коэволюции человека и природы. Эту идею поддержал украинский ученый М.Згуровский. Он выделяет три этапа развития общества: 1) коммуникационное общество (80-90-е гг.), которое основывается на превращении информации в цифровую форму, создание больших хранилищ для ее сбережения (базы данных и базы знаний), передаче ее на расстояние при помощи телекоммуникационных технологий и создание сети Интернет; 2) информационное общество (вторая половина 90-х гг.), превращающее информацию в товар, который перерабатывается аналогично сырью; 3) общество знаний, интегрирующее приобретения двух

предыдущих фаз и объединяющее информационно-коммуникационные технологии с человеческим, творческим компонентом. Это общество, где знания одновременно являются индивидуальными и коллективными. Коллективный разум тут формируется на основе коллективных форм интеллектуальной работы. Инструментарием являются информационно-коммуникационные технологии, которые позволяют создавать единое виртуальное пространство для взаимодействия индивидов вне зависимости от их физического нахождения в тот или иной момент времени [Згуровський М., 2005; Мойсеев М.М., 2004; по Башук А.І., 2007: 22-24]. Другой украинский ученый, И.Л.Михайлин, развивая идеи Н.Н.Моисеева, считал, что Коллективный Разум поможет справиться с угрозой, которую несет информационное общество человечеству в случае, если глобальная информационная система окажется в руках небольшой группы людей с плохими намерениями. Кроме того, у Коллективного Разума есть и главная задача — объединить человечество при помощи информационного обмена в одну общечеловеческую общность [Михайлин І.Л., 2000: 78].

Е.Ю.Журавлева рассматривала информационное общество с точки зрения производительных сил и производственных отношений. Она пришла к закономерному выводу, что в информационном обществе основным предметом труда большей части людей являются информация и знания, а орудием труда — информационные технологии. Таким образом, экономика ориентирована на преимущественное производство продуктов информационной и интеллектуальной деятельности. Тут производство товаров — это оказание услуг и сбор-сообщение информации. При этом все товары и услуги становятся тесно связанными с информацией при её производстве и потреблении, а вся экономика пронизывается сетью сбора и обмена информацией. В информационном обществе развивается рынок информации и знаний как фактор производства в дополнении рынка природных ресурсов, труда и капитала, осуществляется переход информационных ресурсов общества в реальные ресурсы социально-экономического развития. Таким образом, экономика информационного общества сориентирована на преимущественное производство продуктов информационной и интеллектуальной деятельности, связанных с выработкой новой информации и знаний и преобразованием их по виду, чтобы сделать удобными для употребления [Емельянов Г.В., Стрельцов А.А., 1999; Журавлева Е.Ю., 2002: 21-24, 27-28].

Подобное определение дает А.Н.Шеремет. Он считает, что информационное общество характеризуется тем, что большинство рабочих занято производством, хранением, переработкой, распространением и реализацией информации, особенно высшей ее формы — знаний. Таким образом, важнейшими ресурсами являются информация и знания, а власть принадлежит тому, кто способен угадывать тенденции развития и использовать их в своих целях [Шеремет А.Н., 2003: 23].

Фактически аналогичной точки зрения придерживается В.О.Ковалевский. Он считает, что информационное общество отличается от того, в котором господствуют традиционная промышленность и сфера услуг, тем, что информация, знания, информационные услуги, все отрасли, связанные с ними, растут более быстрыми темпами, становятся источником новых рабочих мест и превалируют в экономике.

Также необходимо, чтобы прогресс общества перестал быть связанным с эпизодическими достижениями экспериментальной науки, а базировался на развитии теоретического знания. Именно уровень знаний, а не собственность становится определяющим фактором социальной дифференциации (на наш взгляд, спорное утверждение). Кроме того, одним из основных критериев перехода общества к информационной фазе развития принимаются такие цифровые показатели: если более 50 % населения занято в сфере услуг, то это постиндустриальное общество; если более 50 % населения занято в сфере информационно-интеллектуальных услуг, то это информационное общество [Ковалевский В.О. е; Ковалевский В.О. f]. Такие арифметические факторы вряд ли целесообразны, тем более, что не ясны критерии их определения.

Об еще одной, достаточно иллюзорной опасности информационного общества писал С.Пюкке. Он считал, что возрастающие требования к образованию могут привести к огромному разрыву между образованными (элитой) и необразованными слоями населения. В результате отдаления этих групп, потери связи между ними, возможно формирование некой субцивилизации под боком развивающегося информационного общества. Данное образование, имея другие, более низкоуровневые правила, принципы развития, нравственные и иные нормы, в какой-то момент может уничтожить старую, более гуманную цивилизацию и тем самым отбросить человечество далеко назад [Пюкке С., 2001]. В целом, гипотеза разрыва в знаниях (knowledge gap), когда люди с лучшим образованием быстрее воспринимают информацию и это увеличивает их отрыв от людей с низким образованием, не имеет весомого экспериментального подтверждения. Такие разрывы преодолеваются, в том числе вследствие «потолкового эффекта», когда вся доступная информация получена и т.д. Вряд ли есть основания для беспокойства по этому поводу, т.к. разрыв знаний не представляется катастрофическим (увеличивается возможность для получения знаний бедными слоями населения и населениям бедных стран). Кроме того, представление о необразованной части населения как о более агрессивной и боеспособной скорее принадлежат миру фантастики, а не науки.

Российские исследователи В.Н.Костюк, Г.А.Смолян, Д.С.Черешкин считали, что информационное общество характеризуется: «увеличением роли информации и знаний в жизни общества, созданием и развитием рынка информации и знаний как факторов производства в дополнение к рынкам природных ресурсов, труда и капитала, превращением информационных ресурсов общества в реальные ресурсы социально-экономического развития; созданием глобального информационного пространства, обеспечивающего эффективное информационное взаимодействие людей, их доступ к мировым информационным ресурсам и удовлетворение их социальных и личностных потребностей в информационных продуктах и услугах; становлением и, в последующем, доминированием в экономике новых технологических укладов, базирующихся на массовом использовании информационно-коммуникационных технологий. Эти уклады не только обеспечивают постоянный рост производительности труда, но и ведут к появлению новых форм социальной и экономической деятельности (дистанционное образование, теле-работа, телемедицина, электронная торговля, электронная демократия

и др.); повышением уровня профессионального и общекультурного развития за счет совершенствования системы образования и расширения возможностей систем информационного обмена на международном, национальном и региональном уровнях, повышением роли квалификации, профессионализма и способностей к творчеству как важнейших характеристик услуг труда; созданием эффективной системы обеспечения прав граждан и социальных институтов на свободное получение, распространение и использование информации как важнейшего условия демократического развития» [Костюк В.Н., Смолян Г.Л., Черешкин Д.С., 2000].

По И.А.Негодаеву, в информационном обществе социально-экономическое развитие зависит, прежде всего, от производства, переработки, хранения, распространения информации среди членов общества. Но, по его мнению, в информационном обществе производство информации не вытесняет материальное производство, а надстраивается над ним, играя роль стимула его развития. Как индустриальное общество сочетается с функционированием сельского хозяйства, так и информационное общество не вытесняет индустриальный компонент, оно развивается в рамках техногенной цивилизации. Как вещество, энергия и информация в своей взаимосвязи присущи материи, так информационная деятельность связана с деятельностью по переработке вещества и энергии. Эта связь проявляется уже в том, что само создание информационной техники и ее функционирование опирается на материально-энергетическую деятельность. Также выделяются основные черты информационного общества: главным общественным богатством является знание, которое в форме информации становится наиболее важным и значимым товаром, доступным для всех индивидов, организаций, социальных групп и общества в целом, неиссякаемым резервом человечества. Знания и способы их практического применения замещают труд в качестве источника прибавочной стоимости. Как труд и капитал были центральными переменными в индустриальном обществе, так информация и знания становятся решающими переменными информационного общества. Таким образом, товарное производство, характерное для техногенной цивилизации, остается, только теперь наиболее ценным товаром выступает информация; общество в состоянии производить всю необходимую для своей жизнедеятельности и для деятельности индивидов информацию, и прежде всего научную; производится и функционирует необходимая информационная техника, которая обеспечивает возрастание объема и скорости передачи и обработки информации, предоставляет оператору в процессе его управленческой деятельности наглядное изображение информации на дисплее; в обществе происходит процесс ускоренной автоматизации и роботизации всех сфер отраслей производства и управления; информационная техника оказывает огромное и все возрастающее влияние на все сферы общества. Под воздействием накопления информации происходит невиданное ускорение темпов общественного развития; ускоренными темпами обновляется материально-техническая база на основе автоматизации, роботизации и компьютеризации. Ключевую роль в этом процессе играет информационная технология, в особенности, быстрое количественное и качественное развитие и применение электронно-вычислительной техники. Таким образом, техногенный характер цивилизации сохраняется, по-



днимаясь на новый уровень; производственные индустриальные гиганты сосуществуют наряду с растущим количеством малых и индивидуальных предприятий; производство все в большей степени ориентируется не на объем, а на качество продукции, на разнообразие рынка, на потребителя. Стоимость и ценность человеческой деятельности и ее продуктов определяется тем качеством способностей и информации, что в них воплощены; главным становится проблема соотношения человека и производства, основой социального прогресса становится не массовое материальное производство, а индивидуализированное создание информации и знаний; изменяется профессиональная структура общества, связанная как с отмиранием старых и появлением новых профессий, так и с изменением соотношения количества работников в них. Одновременно возрастает удельный вес индивидуального труда на базе создания развитой сети автоматизированных и компьютеризированных рабочих мест. Таким образом, на производстве формируется новый тип работника; происходят качественные изменения в социальной структуре общества. Соотношение количества людей занятых в промышленности, в сельском хозяйстве и в сфере услуг изменяется в пользу последней. Информационные услуги при этом становятся лидирующим сектором экономики; осуществляется дальнейшая демократизация общества и методов государственной деятельности. Свобода членов общества, основанная на частной собственности, начинает уступать место формированию условий, при которых индивидуальность становится важнее организации и власть утрачивает свой прежний общественно-командный характер. Резко повышается качество жизни, возрастает социальная защищенность членов общества; государство как сложная самоорганизующаяся система еще больше совершенствует свою структуру путем взаимодействия законодательной, исполнительной и судебной власти и власти интеллекта. Власть интеллекта реализуется жестким отбором в руководящие звенья всех уровней наиболее подготовленных, компетентных специалистов; в полной мере реализуется свобода печати, гласность, на базе информационной технологии существуют общедоступные банки данных. Любой индивид, группа лиц, предприятие и организация в любой точке страны и в любое время могут получить за соответствующую плату или бесплатно на основе автоматизированного доступа с систем связи любую информацию и знание, необходимые для их жизнедеятельности и решения личных и социально значимых задач. Информация различных хозяйственных и политических организаций становится открытой для всех членов общества, что обеспечивает свободу мнений. В то же время информация отдельных индивидов является закрытой, что гарантирует свободу личности; информационная технология активно влияет на духовную культуру, формируется компьютерная культура, достояния культуры становятся действительно общенародным достоянием. Осуществляется компьютеризация, гуманизация и непрерывность образования. Автоматизируется и компьютеризируется получение, обработка и выдача большого количества научной информации; происходит глобализация жизнедеятельности человеческого общества. Создается единое экономическое хозяйство. Общество имеет возможность разрешить глобальные проблемы и вступает на этот путь; начинает качественно изменяться отношение людей и общества в целом к природе. Общество делает первые шаги от господства над природой

к гармоничному взаимодействию с ней. Первоочередное значение придается научно разрабатываемым и инженерно внедряемым безотходным (малоотходным) технологиям, рациональному природопользованию и охране окружающей среды. Однако эти процессы тормозятся еще существующей техногенной цивилизацией [Негодаев И.А., 1999]. Как видим, российский ученый реализует подход к информационному обществу как к идеальному политическому устройству, которое будет способствовать решению глобальных проблем человечества.

Попытку провести ревизию положений теоретиков информационного общества предприняла Е.П.Белинская. Она выделила параметры классической характеристики информационного общества, которые включили: 1) Переход экономических и социальных функций от капитала к информации. Более детально это раскрывалось по целому ряду оснований, таких как: соединение науки, техники и экономики; увеличение информоемкости производимых продуктов, сопровождающееся увеличением доли инноваций, маркетинга и рекламы в их стоимости; высокий уровень автоматизации производства, освобождающий человека от рутинной работы и т.п.; 2) Не собственность, а уровень знаний как фактор социальной дифференциации. В основе этого процесса, по утверждению Д. Белла, лежит рост сферы услуг за счет сферы материального производства, вызывающий, в свою очередь, преобладание в высших социальных эшелонах людей, специализирующихся на выработке кодифицированного (т.е. систематически организованного) знания; 3) Симбиоз социальных организаций и информационных технологий. Согласно тому же Д. Беллу, возможность внедрения новых информационных технологий не только в промышленное производство, но и в социальную сферу определяется, прежде всего, через создание тех ли иных алгоритмов действия — принятия управленческих решений, выбора в неопределенной ситуации или в ситуации риска и т.п. Результатом этого должна стать новая рациональность грядущего информационного века, — основанная не на классической идее «общественного договора» или «социального согласия», а рациональность интеллектуальных технологий, позволяющая наконец-то осуществиться весьма почтенной по своему возрасту мечте об упорядочении социальной жизни. После это исследовательница проанализировала, что показала социальная практика: во-первых, оказалось, что формирующееся информационное общество характеризуется не только и не столько расширяющимися возможностями накопления и переработки информации (как это представлялось классикам), сколько новыми формами коммуникации. Прежде всего, в качестве наиболее общего изменения отмечают глобализацию средств массовой информации и коммуникации. В качестве другого специфического изменения, хотя и менее очевидного, выступает трансформация самой структуры коммуникативного опыта человека. Другие изменения коммуникации внешне носят менее принципиальный характер, и исследователи значительно расходятся в оценках их возможного отсроченного эффекта. Так, например, отмечается возможная потеря научным дискурсом своего привилегированного положения [Poster, 1990], своеобразное обострение традиционных проблем коммуникации, таких, например, как проблема доверия/недоверия к передаваемой информации; во-вторых, значительные уточнения

претерпела и вторая из классически выделяемых характеристик информационного общества, а именно определение роли знания как основы социальной стратификации. Эти уточнения и возражения группируются опять же по самым разным основаниям. Наиболее радикальная точка зрения состоит в том, что в свое время Д. Белл отождествил понятия знания и информации, задав на будущее определенный социальный стереотип. Между тем очевидна необоснованность подобного отождествления, и сегодня скорее приходится говорить о степени доступа к информационным кодам как основании социальной стратификации, чем о степени овладения тем или иным теоретическим знанием. Похожая, но менее радикальная позиция исходит из того, что сегодня уровень знания вообще не является основанием социального неравенства, а доступность информационных кодов как критерий стратификации в ряде случаев также становится избыточным: достаточно учесть объективную доступность источников информации как таковых. В силу неравномерности их распространения (особенно очевидной в условиях развивающихся стран) как отдельные социальные группы, так и отдельные индивиды имеют разные информационные возможности; в-третьих, что касается последней, выделяемой классиками, характеристики информационного общества, состоящей в возможности алгоритмизации и программирования социальных процессов, то ее судьба оказалась, пожалуй, наиболее печальной. Ее несоответствие реальности доказывается опять-таки достаточно разнообразно. Например, отмечается, что становление сетевых форм организации производства и, в особенности, связанное с этим распространение сетевого принципа коммуникации существенно затрудняет любую алгоритмизацию, ибо опирается на идею постоянного «доставания» и собственно производственного, и коммуникативного процесса. Если же обратиться к практике деятельности виртуальных производственных форм и виртуальных сообществ (как максимально выраженному воплощению идеи сетевых форм организации), то можно увидеть, что перенос значительной части информационных потоков во всемирную Паутину затрудняет контроль над ними со стороны тех или иных социальных институтов. Во многом это связано с известным фактом «размывания» статусных позиций в виртуальных сетевых организациях, с исчезновением привычных «ответственных лиц», на которых можно было бы оказать то или иное социальное давление. Вместо них формируются новые центры влияния, так называемые «информационные брокеры» — люди или группы людей, играющие ключевую роль в организации коммуникации, в основном через распространение ее новых норм и правил. Наконец, заметим, что децентрализация и «умножение» субъекта электронной коммуникации (в силу новых возможностей «коллективного авторства» и «игр с идентичностью») определенно ставит под сомнение возможность какого-либо управления им, и уж тем более «программирования». Таким образом, кардинально изменился и последний, третий, параметр исходной характеристики информационного общества: на смену идее о грядущей интеллектуальной рациональности человека информационного века пришло утверждение его принципиальной иррациональности, незавершенности, неопределенности и пр. В итоге был сделан вывод, что от классических концепций информационного общества на сегод-

няшний день остались фактически лишь два опорных тезиса: любые технологические изменения требуют адекватного ответа со стороны человека и общества (т.е., новая технология всегда провоцирует новое социо-культурное содержание); неотделимое от современного этапа социального развития накопление объемов информации предъявляет повышенные требования к их смысловой интерпретации субъектом (т.е., новая технология провоцирует новое психологическое содержание) [Белинская Е.П., 2002]. Можно добавить мнение Д.В.Иванова, который считал, что прогнозы теоретиков информационного общества оказались несостоятельными, т.к. их авторы были в плену двух стереотипов: 1) информация — это всегда знание; 2) общество — это всегда система институтов [Иванов Д.В. а].

И.Ю.Алексеева считала, что в представлениях об информационном обществе сочетаются черты настоящего и желаемого будущего. «В настоящем — существенная роль информации в бытии социума, его сохранении, развитии и разрушении; растущее осознание этой роли не только интеллектуалами и управленцами, но и массой. Информация осознается как ценность, источник силы и власти, а сила и власть — как средство доступа к информации, к возможностям формирования информационного пространства; с этой точки зрения отношения по поводу получения, распределения и распространения информации во многом определяют социальную структуру, разделение властных функций и общественную динамику. Реальностью является интенсивный рост коммуникационно-компьютерных технологий, обеспечивающих (или предотвращающих) возможности передачи, распространения и получения информации. В будущем — совершенствование информационных технологий и распространение их по всему миру, расширение доступа к информационным ресурсам. *Предельным, идеальным случаем выступает состояние, когда любой человек, находящийся в любой точке земного шара (и даже за его пределами), в любой момент времени может получить необходимую ему информацию*» [Алексеева И.Ю., 2001].

Украинский ученый В.Н.Щербина попробовал обобщить базовые черты нового типа социальной организации. 1. Определяющим фактором общественной жизни в целом является научное знание. Оно вытесняет труд (ручной и механизированный) в его роли фактора стоимости товаров и услуг. Экономические и социальные функции капитала переходят к информации. Как следствие, ядром социальной организации, главным социальным институтом становится университет как центр производства, переработки и накопления знания. Промышленная корпорация теряет главенствующую роль. 2. Уровень знаний, а не собственность, становится определяющим фактором социальной дифференциации. Деление на «имущих» и «неимущих» приобретает принципиально новый характер: привилегированный слой образуют информированные, неинформированные — это «новые бедные». Очаг социальных конфликтов перемещается из экономической сферы в сферу культуры. Результатом борьбы и разрешения конфликтов является развитие новых и упадок старых социальных институтов. 3. Инфраструктурой информационного общества является новая «интеллектуальная», а не «механическая» техника. Социальная организация и информационные технологии образуют «симбиоз». Общество всту-

пает в «технотронную эру», когда социальные процессы становятся программируемыми. Делается вывод, что подобно тому, как основным противоречием (по Марксу) капитализма (индустриального общества — по Тоффлеру) было противоречие между общественным характером производства и индивидуальным характером присвоения, основным противоречием современных процессов информатизации выступает противоречие между общезначимым смыслом производства процесса социальной коммуникации и индивидуальнозначимым процессом использования этого процесса в ситуации реализации исторически имеющих место систем ценностно-нормативных оснований личностной деятельности [Щербина В.М., 2001]. Ученый также выделил шесть основных образов коммуникационного общества: 1. «Полицентрическое» общество; 2. Общество глобальной дифференцированности»; 3. «Общество спонтанной экспрессивности»; 4. «Общество-муравейник» или «постурбанистическое общество»; 5. «Общество информативной корпоративности»; 6. Общество «тотальной завершенности» [Щербина В.М., 2006: 7].

Г.С.Хижа считал, что информационное общество — это новая постиндустриальная социально-экономическая организация социума с высокоразвитыми информационно-телекоммуникационными инфраструктурами, обеспечивающими возможность эффективного использования интеллектуальных ресурсов для обеспечения устойчивого развития цивилизации. А переход к информационному обществу предполагает существенное изменение всей экономической системы государства. Он предполагает создание нового информационного управляющего фундамента развития общества, формирование принципиально новых социальных мотиваций и технологических возможностей, широкое практическое использование инноваций и знаний для интенсивного повышения производительности труда и на этой основе — улучшение качества жизни [Хижа Г.С., 2001].

Украинская исследовательница О.В.Ваганова считает, что для информационного общества характерно развитие информационных и коммуникационных технологий, трансграничных каналов коммуникации, медиатизация общественной жизни, создание глобальной информационной инфраструктуры и коммуникационных систем с мгновенной передачей информации при одновременном увеличении значения информации во многих сферах жизнедеятельности человека, информационная экономика. Информационное общество также характеризуется как более конкурентное и менее централизованное за счет увеличения возможностей свободного доступа к информации для всех групп населения [Ваганова О.В., 2003].

В.Борисов попробовал выделить социально-политические особенности информационного общества. Во-первых, происходит резкая дезинтеграция всей социально-классовой структуры индустриального общества, сложившейся на основе изменений в производстве под воздействием промышленной революции. Во-вторых, в качестве новых значимых принципов социальной дифференциации и формирования ответственного политического менталитета в современном (информационном) обществе, кроме информационной доминанты, можно выделить следующие: национальное и религиозное сознание, чувство этнического единства и, даже, разделение по половому признаку. Кроме того, делает-

ся вывод, что социальные изменения, связанные с информационными технологиями, находят свое выражение еще и в том, что растет число маргиналов, которые вытесняются за границу производственной сферы. Составляющие их люди не являются частью социально-экономической и политической системы, а представляют другую систему, находящуюся в абсолютной оппозиции к существующему обществу, что реализуется в их политическом менталитете и политическом поведении [Борисов В.].

Согласно О.Н. Антипиной и В.А. Иноземцеву отличительными чертами информационной эпохи являются быстрый научно-технический прогресс, радикальные изменения структуры общественного богатства и занятости, удовлетворение основных потребностей большинства жителей развитых стран Запада благодаря достигнутому производственному потенциалу, появление признаков вытеснения творчеством традиционных форм труда, утверждение постэкономической системы ценностей, в центре которой — человек с его стремлением к самосовершенствованию [Антипина О.Н., Иноземцев В.А., 1998: 162].

В разговорах об информационном обществе часто информация представляется как некая магическая субстанция, которая позволяет владеющим нею обогащаться, а не имеющим доступа, соответственно, сидеть в нищете. Это упрощенный подход. Бесспорно, информация является своеобразным товаром, специфика которого приводит к значительным изменениям по сравнению с индустриальной эпохой. Однако, информационное общество возникло не на обломках, а в середине индустриального. «Остатки» индустриального и аграрного общества функционируют и сейчас даже в наиболее развитых странах. Несколько сатирически ситуацию со спецификой информации прокомментировал Б. Гейт: «Представляю, какие абсурдные разговоры могли бы вестись в деловом мире: «Сколько у Вас информации?», «Швейцария — великая страна, у них столько информации!», «Я слышал, индекс стоимости информации пошел вверх!» Абсурдны они потому, что информация, хотя и играет все более значимую роль в нашей жизни, не является чем-то осязаемым и не поддается точному измерению, как материалы — «лица» прежних эпох» [Гейтс Б.]. Неуничтожимость и неуменьшаемость информации при продаже и передаче, ее важная роль в развитии материального и духовного производства, то, что информационные технологии коренным образом изменили стиль жизни человека — бесспорно. Однако, эра господства информации 1) не означает конец материального производства; 2) требует новых подходов (аналоги подходов к материальным товарам тут неуместны).

Вообще, термин «информационное общество» используется достаточно широко, но все еще нет консенсуса между учеными по поводу определения этой дефиниции. Необходимо отметить, что большинство исследователей употребляют термины «постиндустриальное» и «информационное» общества как синонимы.

Серьезные изменения происходят в экономическом плане. Вперед выходят информационно-емкие производства, резко возрастает доля информационных продуктов в ВВП, меняется характер взаимоотношений между работником и производством. Некоторые исследователи даже делают вывод о саморазрушении основ капиталистической рыночной экономики. При этом не совсем понятно, каким образом и

вследствие каких причин происходит такое саморазрушение, каковы его признаки.

В политическом плане основой информационного общества служит свобода информации, которая должна вести к консенсусу между различными классами. Опять-таки остается непонятным механизм достижения такого консенсуса. В информационном обществе инструментом власти становится привилегированный доступ к информации и возможность ее манипулировать. При этом группы, которые лишены такой возможности, будут занимать маргинальное положение и вряд ли придут к консенсусу с господствующими классами. Существует мнение, что конфликты в информационном обществе перейдут с плоскости национальной и классовой в плоскость взаимоотношений индивида с социальными организациями и объединениями. Об этом говорят А.Тоффлер, А.Турен, В.С.Библер, Е.Ю.Журавлева, Ю.В.Яковец. При этом, в основном, имеется в виду противостояние индивида и бюрократии. А.Турен считал, что впервые анализ общества должен стать чисто социологическим, т.к. исследовать его нужно исключительно в терминах социальных отношений. Появился даже термин «киберкратия», т.е. своего рода социальный интеллект, который складывается в результате взаимодействия людей через Интернет, а также «информационная стратификация», которая свидетельствует о расслоении общества в зависимости от доступа к информационным ресурсам. При этом представляются преувеличенными опасения относительно неолуддистских выступлений. Бесспорно, внедрение новых технологий и условий работы вызывает отторжение у части населения, но говорить о серьезности такой проблемы вряд ли стоит. Спорным представляется вывод ряда исследователей о том, что уровень знаний, а не собственность становится определяющим фактором социальной дифференциации в информационном обществе. Скорее можно говорить о том, что владельцы крупной собственности имеют привилегированный доступ к знаниям, естественно приводящий к связке «богатый-знающий».

Более серьезной, хотя, возможно, и преувеличенной, является проблема трансформации межличностной коммуникации. Она должна стать предметом детального анализа на основе экспериментальных данных.

Особо стоит отметить создание глобально информационного пространства, что позволяет обмениваться беспрецедентными объемами информации.

#### **4.1.2. Теории информационного общества**

Теории собственно информационного общества довольно таки трудно выделить из общего массива теорий общества, следующего за индустриальным. Однако многие авторы употребляют различные названия этого общества (напр., постиндустриальное) фактически как синонимы.

Мы попробуем представить историю разработки теорий информационного общества через труды их создателей. Ближайшие страницы

являются скорее хрестоматией, где с соответствующими ссылками представлены взгляды основных теоретиков информационного общества.

### **Йонэдзи Масуда**

Целостную концепцию информационного общества, его принципов и особенностей разработал известный японский ученый И. Масуда. Он считал, что фундаментом нового общества будет компьютерная технология, главная функция которой будет состоять в замещении либо значительном усилении умственного труда человека. Информационно-технологическая революция быстро превратится в новую производственную силу и сделает возможным массовое производство когнитивной и систематизированной информации, новых технологий и знания. Потенциальным рынком станет «граница познанного», возрастет возможность решения насущных проблем и развитие сотрудничества. Ведущей отраслью экономики станет интеллектуальное производство, продукция которого будет аккумулироваться и распространяться с помощью новых телекоммуникационных технологий. Уделяя особое внимание трансформации человеческих ценностей в глобальном информационном обществе, И. Масуда предполагает, что оно будет по сути бесклассовым и бесконфликтным, это будет общество согласия с небольшим правительством и государственным аппаратом. Он пишет, что в отличие от индустриального общества, характерной ценностью которого является потребление товаров, информационное общество выдвигает в качестве характерной ценности время [Masuda Y., 1981; по Чернов А.А., 2003].

В своей статье «Компьютопия» (1966 г.) И. Масуда обосновал и обобщил основные характеристики информационного общества. Это глобализм, выход человечества на космический уровень сознания; мировой симбиоз человека и природы; переход к существованию человечества в глобальном информационном пространстве. Также были сформулированы семь принципов глобальной компьютерии, в частности, свобода принятия решений и равенство благоприятных возможностей для всех; функциональная социальная воля сил власти; возрождение теологического синергетизма человечества и Бога. И. Масуда утверждал, что если в индустриальном обществе господствует собственность на капитал, свободная конкуренция и максимализация прибыли, то в информационном обществе как социально-экономическая система выступит свободное гражданское общество с верховенством его инфраструктуры (где будут объединены капиталы общественный, индивидуальный и ориентированный на знание) и в котором будет внедрен принцип синергии и общественного блага. Многоцентричность власти придет на смену централизации власти индустриального общества. Политической системой станет демократия участия, которая будет базироваться на договоре участия граждан и синергии, что позволит учитывать мнение меньшинства. На смену основным проблемам индустриального общества: безработице, войнам и диктатуре фашизма, придут новые проблемы: футурошоки, связанные с неспособностью людей адекватно ответить на динамические социальные трансформации, действия индивидуальных и групповых террористов, покушения на индивидуальное одиночество и кризис подконтрольности. На смену духу человеческой свободы ин-

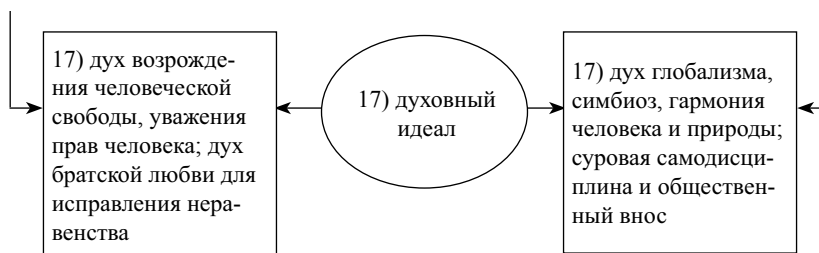


дустриального общества придет дух глобализма информационного, т.е. симбиоза, в котором человек и природа будут сосуществовать в гармонии, этически соглашаясь на суровую самодисциплину и общественный взнос. И.Масуда обращал особое внимание на такую угрозу, как возможность превращения информационного общества в автоматизированное государство, контролируемое общество. Для избегания он предлагал использовать информационные технологии целиком для производства знания; децентрализованное и открытое для всех людей использование информационных технологий; открытые для всех граждан банки знаний. Особая роль предназначалась новому гражданскому обществу, предусматривающему свободную систему участия граждан. О.Маруховский составил по материалам «Компьютопии» схему сущности и основных черт индустриально и информационного общества:









[Масуда Й., 1993; по Маруховский О., 2005: 127-135].

И.Масуда придерживался оригинальной точки зрения на сам процесс трансформации. По его мнению, он будет походить подобно изменениям в живом организме — лишние части будут отмирать, нужные — развиваться. Общество будет трансформироваться как часть природы, причем по соотношению «причина-следствие», а не привычное «цель-средство» (по примеру природы, которая не ставит себе цели, а по ходу развития формирует причины, которые трансформируются в последствия). Привычным для нас является активно-деятельностный подход, когда человек преобразует природу для своих потребностей, а не приспосабливается к ней сам. И.Масуда считает, что от такого подхода надо сознательно отказаться и стать соучастниками естественного процесса создания и развития жизни на земле. В своей статье «Гипотеза о генезисе Homo Intelligens» И.Масуда обосновывает мнение о трансформации Homo Sapiens в новое биосоциальное создание. Т.е. создание роботов и компьютеров, распространение телекоммуникационных сетей создает условия, подобные тем, что привели к созданию современного человека. Новое создание будет превосходить современного человека, как он в свое время по интеллекту превосходил своих пращуров. Но интеллектуальные способности современного человека ограничены информацией, а мировоззренческий горизонт остается узким. Способности человека совершенствовались, в основном, в двух направлениях: материальное производство и сфера контроля. Это делалось с целью господства человека над природой и господства человека над человеком. Т.е. это закономерно была цивилизация войн и острой конкурентной борьбы. Для нового человека основной задачей будет создание общества нового типа. Это будет глобальное сообщество граждан, которые создадут полицентрированное, комбинированное общество, похожее на организм, с развитой системой прямой связи, необходимой для обеспечения быстрой и динамической реакции на изменения окружающей действительности. Она будет функционировать на принципах синергии и представлять собой биоэкологическую систему. В результате получится гармоническое сосуществование человека и природы. Синергия будет и между производством и потреблением. Это произойдет благодаря особенностям информации, использование которой станет центром экономической деятельности. И.Масуда выделял такие особенности информации в отличие от материальных вещей: неисчерпаемость, невозможность физической передачи (она все равно остается у источника), аккумулирующий эффект [Masuda Y., 1985; по Кирилкин О., 1997].

### ***Дэниел Белл***

Дэниел Белл был одним из первых теоретиков информационного общества. За время своей деятельности он постепенно перешел от формулировки «постиндустриальное» к «информационному обществу». По его словам, к этому подталкивала динамика изменений, которые происходили в сфере коммуникаций.

Д.Белл разделял различные системы градации общества. Так, термины феодализм, капитализм и социализм признавались наследием концептуальных схем в марксистской системе взглядов и формировались по оси отношений собственности [Белл Д., 1996: 199, и далее]. Термины доиндустриальное, индустриальное и постиндустриальное общество расположены вдоль оси производства и типов использованного в нем знания.

Вообще, Д.Белл распределял аналитическое общество на три части: социальную структуру, политику и культуру. Социальная структура охватывает экономику, технологию и системы занятости. Политика регулирует системы власти и принятие решений относительно конфликтов требований и запросов отдельных индивидов и групп. Культура занимается изобразительным символизмом и значениями. Каждый аспект находится под руководством своего осевого принципа. Осевой принцип социальной структуры в западном обществе — это принцип экономии, т.е. ресурсы размещаются по принципу наименьших трат, заменяемости, оптимизации, максимизации и т.д. Осевой принцип современной политики — это соучастие, т.е. оно может инициироваться и сверху, и снизу. Что касается культуры, то тут осевым принципом является стремление человека к самореализации и поднятию собственной значимости. При постиндустриальном обществе происходят изменения в социальной структуре, особенно, в области экономики, системы занятости, соотношения между теорией и практикой, между наукой и технологией. Но Д.Белл считал, что изменения в социальной структуре не означают соответствующих изменений в политике и культуре. Скорее, они ставят вопросы для общества тремя способами. Во-первых, социальная структура — это структура ролей, призванная согласовывать действия индивидов для достижения определенных целей. Но индивиды далеко не всегда добровольно соглашаются с требованиями ролей. Во-вторых, изменения в социальной структуре ставят перед политической системой общества проблемы управления. Значение политического порядка усиливается при осознании обществом путей развития и стремлением контролировать факторы развития. Постиндустриальное общество увеличивает важность технической составляющей знания и подталкивает новую элиту, состоящую из ученых, инженеров, технократов или к соперничеству с политиками, или к соглашению с ними. Т.е. отношения между социальной структурой и политикой является одной из основных проблем власти в постиндустриальном обществе. В-третьих, новые способы жизни бросают вызов тенденциям культуры, которые направлены на поднятие значимости человеческой личности и оборачиваются все большей антиномичностью и антиинституализацией.

Д.Белл установил пять компонентов или измерений термина «постиндустриальное общество»: 1) экономика — переход от товаропроизводящей к обслуживающей экономике; 2) распределение населения по

роду занятий — преимущество профессионально-техническому классу; 3) осевой принцип — ведущая общественная роль теоретического знания как источника нововведений и политических формулировок; 4) ориентация на будущее — контроль технологий и технологической оценки; 5) принятие решений — сознание новой «интеллектуальной технологии».

Превалирование экономики услуг не означает исчезновения аграрного и индустриального секторов, но большинство рабочей силы будет занято именно в сфере обслуживания: торговле, финансах, транспорте, охране здоровья, отдыхе, научно-исследовательской работе, образовании и управлении. Преимущество перейдет к профессионально-техническому классу. Д.Белл считал, что постиндустриальное общество можно определять не только через то, где работают люди, но и по типу их труда. Постиндустриальное общество привело к росту профессионально-технической занятости, т.е. работы, которая требует высокой квалификации и образования на уровне колледжа. Ученые и инженеры составляют ведущую группу постиндустриального общества.

Если индустриальное общество было объединением машин и людей для производства товаров, то постиндустриальное организовывается вокруг знаний с целью общественного контроля и направления нововведений и изменений. Причем, приоритет получает именно теоретическое знание. Конечно, знание необходимо при функционировании любого типа общества, но при индустриальном оно меняет свой характер. Центральное место занимает теоретическое знание, оно превалирует над практикой и кодифицируется в абстрактную систему символов, которая может использоваться для освещения разнообразных участков опыта. Произошли изменения во взаимоотношениях науки и технологии. Если ранее новые технологии часто возникали без связи с теоретической наукой, то теперь теория ведет к возникновению технологий. В связи с этим, Д.Белл вспоминает кантовское выражение о том, что нет ничего практичнее хорошей теории.

Соединение науки, технологии и экономики символизируется словами «исследования и развитие». На базе науки возникают целые отрасли производства, например, компьютеры, электроника, оптика, полимеры. Теперь успех в любой области познания зависит от теоретической работы, которая кодифицирует познание и показывает пути его эмпирического подтверждения. Теперь теоретическое знание становится стратегическим ресурсом общества, его осевым принципом. А университеты, исследовательские организации и интеллектуальные институты, где теоретическое знание кодифицируется и обогащается, становятся осевыми структурами общества.

Д.Белл считал, что постиндустриальное общество может достичь нового измерения социальных изменений — планирования технологий и контроля технологического роста. Также возникает новая интеллектуальная технология. Методологической перспективой развития общества Д.Белл назвал управление организованной сложностью (большими организациями и системами, теориями с большим количеством переменных), распознавание и осуществление стратегий рационального выбора в играх против природы и между личностями, развитие новой интеллектуальной технологии, которая должна стать такой же важной в людских делах, как машинная технология в индустриальном обществе. Именно вопросы ор-

ганизованной сложности Д.Белл считал главными интеллектуальными и социологическими проблемами постиндустриального общества. Интеллектуальная технология пользуется не интуитивными суждениями, а алгоритмами, то есть правилами разрешения проблем. Еще одной ее чертой являются усилия определить рациональное действие и установить способы его достижения. Все ситуации содержат в себе ограничения и возможные альтернативы, а все действия осуществляются в условиях уверенности, риска или неуверенности. Во всех ситуациях желаемое действие является стратегией, которая ведет к оптимальному или лучшему решению, т.е. максимизирует результат и минимизирует потери. Важную роль тут играет рациональность, которая помогает определить между различными альтернативами.

Д.Белл критикует подходы американского политолога З.Бжезинского, который выдвинул идею технотронного общества, т.е. общества, которое культурно, психологически, социально и экономически сформировано при влиянии технологий и электроники, в частности компьютеров и средств связи. Д.Белл видит тут два недостатка. Во-первых, упор перемещается из сферы теоретического знания на практическое использование технологий. Во-вторых, идеи формирования природы и превалирования «технотронных» условий предусматривает технологический детерминизм, что опровергается подчинением экономики политической системе.

По Д.Беллу значение постиндустриального общества состоит в том, что: 1) оно усиливает роль науки и когнитивных ценностей как основной институциональной необходимости общества; 2) превращая принятие решений в более техническую процедуру, оно непосредственной вводит в политический процесс ученого или экономиста; 3) благодаря углублению существующих тенденций по бюрократизации интеллектуального труда оно создает комплекс напряжения для существующих определений интеллектуальных поисков и ценностей; 4) создавая техническую интеллигенцию и расширяя ее численность, оно инициирует важные вопросы отношения технического интеллектуала к литературному. В итоге, появление этого нового типа общества ставит вопросы об перераспределении богатства, власти и статуса, чрезвычайно важные в любом типе общества. Теперь они являются не измерениями класса, а ценностями, которые классы стремятся достичь. Сами классы создаются по фундаментальным осям стратификации. В западном обществе — это собственность и знания. Наряду с этим существует политическая система, которая все больше руководит и тем, и другим, а также зарождает временные элиты (временные в смысле того, что они могут меняться).

Позже Д.Беллу указывал, что решающее значение для экономической и социальной жизни, для способов производства знания, а также для характера трудовой деятельности человека приобретет становление нового социального уклада, который основывается на телекоммуникациях. Революция в организации и обработке информации и знаний, в которой центральную роль играет компьютер, развертывается одновременно со становлением постиндустриального общества. Он выделяет три аспекта постиндустриального общества особенно важных для понимания телекоммуникационной революции: 1) переход от постинду-

стриального общества к сервисному обществу; 2) решающее значение кодифицированного теоретического знания для осуществления технологических инноваций; 3) превращение новой «интеллектуальной технологии» в ключевой инструмент системного анализа и теории принятия решений [Белл Д., 1986: 330, и далее].

При этом он выработывает информационную теорию стоимости. Согласно ей, когда знание в своей систематической форме вовлекается в практическую переработку (в виде изобретения или организационного усовершенствования), то можно сказать, что именно знание, а не труд выступает источником стоимости. Экономисты в своих концепциях, объясняющих производство и обмен, используют в качестве основных переменных «землю, капитал и труд». Однако с сокращением рабочего времени и с уменьшением роли производственного рабочего становится ясно, что знания и способы их практического применения замещают труд в качестве источника прибавочной стоимости. В этом смысле, как труд и капитал были центральными переменными в индустриальном обществе, так информация и знания становятся решающими переменными постиндустриального общества.

Кроме того, происходит слияние технологий. В XIX и вплоть до середины XX века коммуникации существовали в двух различных формах. Первая — это почта, газеты, журналы и книги, т.е. средства, которые печатались на бумаге и распространялись методом физической транспортировки или хранились в библиотеках. Вторая — это телеграф, телефон, радио и телевидение; здесь закодированные сообщения или речь передавались средствами радиосигналов или по кабельной связи от человека к человеку. Сейчас технологии, некогда существовавшие в разных областях применения, стирают эти различия, так что потребители информации получают в свое распоряжение множество альтернативных средств, что, по мнению Д.Белла, порождает и ряд сложных проблем с точки зрения законодательства.

Тут выделяется пять основных проблем. Слияние телефонных и компьютерных систем, телекоммуникаций и обработки информации в одну модель. С этим связан вопрос, будет ли передача информации осуществляться преимущественно через телефонную связь или возникнет какая-либо иная независимая система передачи данных; какова будет относительная доля микроволновых станций, спутников связи и коаксиального кабеля в качестве каналов передачи. Замена бумаги электронными средствами, включая электронные банковские услуги вместо использования чеков, электронную почту, передачу газетной и журнальной информации факсимильными средствами и дистанционное копирование документов. Расширение телевизионной службы через кабельные системы с множеством каналов и специализированными услугами, что позволит осуществлять прямую связь с домашними терминалами потребителей. Д.Белл считал, что транспорт будет заменен телекоммуникациями с использованием видеофонов и систем внутреннего телевидения, что будет происходить реорганизация хранения информации и систем ее запроса на базе компьютеров в интерактивную информационную сеть, доступную для исследовательских групп; прямое получение информации из банков данных через библиотечные и домашние терминалы, что будут расширяться системы образования на



базе компьютерного обучения, использование спутниковой связи для сельских местностей, особенно в слаборазвитых странах; использование видеодисков как для развлечений, так и для домашнего образования. Технологически телекоммуникации и обработка информации сольются в единую модель, получившую название «компьюникация». По мере того как компьютеры все шире используются в коммуникационных сетях в качестве коммутирующих систем, а средства электронной коммуникации становятся неотъемлемыми элементами в компьютерной обработке данных, различия между обработкой информации и коммуникацией исчезают. Основные проблемы тут, по Д.Беллу, правовые и экономические, и основной вопрос — должна ли эта новая область подлежать государственному регулированию или ей лучше развиваться в условиях свободной конкуренции.

Но наиболее важным аспектом признается политический. Информация — это власть. Доступ к информации является условием свободы. Из этого прямо вытекают проблемы законодательного характера. Такие электронные средства информации, как телевидение, регулируются юридическими нормами «честности» и права дать ответ. Телефонная индустрия также регулируется в том, что касается тарифов и условий предоставления услуг. Компьютерная отрасль пока не подлежит государственному регулированию и развивается в условиях свободного рынка. Не регулируются и печатные средства информации; их права на свободу слова гарантированы в США Первой поправкой к конституции и охраняются судами. Библиотеки преимущественно контролируются частными лицами или местной властью. Сейчас правительственные агентства и частные корпорации создают гигантские банки данных. Должны ли эти банки данных быть под правительственным наблюдением или им лучше развиваться без правительственного контроля? Это, как считает Д.Белл, важнейший для будущего свободного общества вопрос.

Знания и информация становятся стратегическими ресурсами и агентом трансформации постиндустриального общества. Появляется новая инфраструктура. Каждое общество внутренне связано различными каналами, позволяющими его членам осуществлять материальный и духовный обмен. Организация, финансирование, поддержание и управление этими каналами, или инфраструктурой, обычно находились в компетенции правительства. Первой инфраструктурой был транспорт — дороги, каналы, железнодорожные и воздушные магистрали; все это позволяло связывать воедино различные локалитеты общества и осуществлять перемещение товаров и людей. Второй инфраструктурой были средства передачи энергии — водяное колесо, паровые машины, газ, электричество, нефтепроводы. Мобилизуя не столько природные, сколько технологические источники энергии и связывая их в единые энергетические сети, человечество не только радикально изменило городскую жизнь, но и обеспечило себя энергией для производства товаров в массовом масштабе и применения разнообразной бытовой техники. Третьей инфраструктурой были коммуникации — вначале почта и газеты, затем телеграф и телефон, сейчас радио и телевидение; все это сыграло роль каналов колоссального информационного взрыва, своего рода бомбардировки сенсорного аппарата человека, расширения социального и психологического взаимодействия людей, которое сейчас рас-

тет экспоненциально. В ближайшее время Д.Белл не видел перспектив для радикального изменения в первой инфраструктуре. Но во второй — энергетической — есть некоторые новые тенденции. Они, считал Д.Белл, требуют больших капиталовложений в такие области, как консервация энергии, усовершенствование техники добычи угля и его газификации, использование ядерной энергетики, более эффективная передача электричества по проводникам, освоение солнечной энергии. Но такие изменения, сколь бы велики они ни были, лишь заменят существующие энергетические источники и способы ее передачи, но отнюдь не произведут переворота в энергообеспечении общества, не изменят принципиально роль энергии в нем. Д.Белл предрекал, что по-настоящему важные социальные изменения произойдут в третьей инфраструктуре по мере того, как слияние воедино технологий телефона, компьютера, факсимиле, кабельного телевидения и видеодисков будет вести к все более глубокой реорганизации способов коммуникации между людьми, к сокращению, если не к полной ликвидации бумаги в качестве материального носителя информации, к новым способам проведения досуга, к реорганизации образования на основе компьютерного обучения и широкого распространения видеодисков.

Д.Белл поднимал вопрос, какой будет инфраструктура, возникающая вследствие слияния компьютерной и коммуникационной технологий. Он рассмотрел пять центральных проблем в этой области. Это расположение городов. Исторически города формировались на скрещении сухопутных торговых линий, удобно расположенных на местах слияния рек или у больших, хорошо защищенных гаваней на морских и океанских путях. По мере перехода к сервисной экономике столичные города становились центрами финансов и управления комплексами предприятий. А когда все более развитые и дешевые телекоммуникации подрывают значение прежней экономики, основанной на факторе географической близости к той или иной ресурсной базе, он наблюдал перемещение корпоративных штаб-квартир и сервисных компаний из больших городов, охваченных кризисом, в пригороды. Д.Белл приводил мнение специалистов, которые считают, что в перспективе нынешние громадные и плохо управляемые города уступят место сетям небольших городов. Сам Д.Белл наблюдал процесс стремительной урбанизации мира при децентрализации в географическом отношении.

Д.Белл предлагал также проводить национальное планирование в случае следующих вариантов. Координация в области информации, разработка предприятиями, а возможно и на национальном уровне пяти-, десятилетних планов по таким показателям, как продукция, капиталовложения, потребности в рабочей силе, новых помещениях и т.д. Моделирование, т.е. использование экономических матриц входа-выхода (по примеру В.Леонтьева) для того, чтобы выверить различные альтернативы экономической политики и прогнозировать влияние политических решений на сектора экономики. Индикативное планирование, при котором отраслевые комитеты координируют свои экономические планы, и это становится основой для принятия правительственных решений. Национальные цели — тут предусмотрено повышенное внимание правительства к приоритетным стратегическим задачам. Директивное планирование, под которым понималась экономика в период

войны и которое предусматривало не столько планирование, сколько жесткий контроль экономики.

Д.Белл анализировал угрозы, которые создают новые технологии для частной жизни. Это и угроза полицейского и политического наблюдения за индивидами при помощи совершенной аппаратуры, и сбор правительственными и коммерческими учреждениями банков данных. При этом Д.Белл вспоминал один из трюизмов политики: когда какое-либо агентство, обладающее властью, устанавливает бюрократические нормы и стремится во чтобы то ни стало насаждать их, возникает угроза злоупотреблений. При контроле за информацией злоупотребления могут быть и при сокрытии, и при незаконном обнародовании информации.

Что касается вопроса элит и масс, то Д.Белл считал, что современные общества можно считать открытыми, так как для вхождения в элиту нужны не заслуги предков, а образование, знания и техническая компетентность. То есть устанавливается элита знающих людей. Что касается политики, то она не имеет ни власти, ни перспективы обретения власти, но может ставить вопросы и предлагать политикам варианты решений. При этом наблюдается рост эгалитаризма, чему содействуют различные элиты знаний, особенно молодежные.

По мнению Д.Белла, информация и теоретическое знание как стратегические ресурсы постиндустриального общества представляют собой два поворотных пункта современной истории. Первый — это изменение характера науки, которая стала основной производительной силой современного общества. Второй — превращение технологии в послушный инструмент достижения цели.

Взгляды Д.Белла в свое время легли в основу представлений о том, каким будет общество при переходе от XX в XXI век. Во многом его прогнозы оказались верными. Необходимо отметить, что Д.Белл не был ортодоксом, его взгляды на перспективы развития информационного общества неоднократно корректировались в зависимости от изменения эмпирических данных.

### **Элвин Тоффлер**

Американский футуролог Э.Тоффлер известен своей трилогией об изменениях, которые происходят и будут происходить в обществе при переходе к информационной стадии развития.

Первая книга трилогии имеет название «Футурошок», т.е. шок от будущего. Сам Э.Тоффлер так объяснял этот термин — «стресс и дезориентация, которые возникают у людей, подверженных слишком большому количеству перемен за слишком короткий срок [Тоффлер А., 1997: 5, и далее].

Иллюстрируя возросшую скорость восприятия мира, Э.Тоффлер отмечал тот факт, что даже музыка Моцарта, Баха, Гайдна в наше время исполняется в более быстром темпе, чем в эпоху, когда была написана. «Мы слушаем Моцарта на бегу», — образно замечал он.

Футурошок проявляется более, чем материально. Э.Тоффлер приводил данные исследований, согласно которым люди, в чьей жизни произошли крупные изменения, на следующий год с повышенной вероятностью были подвержены риску серьезного заболевания.

Реакции при стрессах, связанных с быстрыми изменениями, типичны: 1) замешательство, дезориентация или искажение реальности, 2) признаки усталости, возбуждения, напряжения или чрезмерной раздражительности; 3) это проявляется как односторонние явления, при которых возникает апатия и эмоциональный отказ. Т.е. чрезмерная стимуляция быстрыми изменениями или высоким уровнем новшеств может вести к антиадаптивному поведению и беспорядку.

Такая чрезмерная стимуляция происходит на трех уровнях: сенсорном, когнитивном и разрешающем (т.е. чувствующем, думающем и ответственным за принятие решений).

На сенсорном уровне эксперименты показали, что при отсутствии нормальной стимуляции органов чувств, т.е. отсутствии новых ощущений, происходит замешательство и нарушение функционирования сознания. Но при дезорганизованной или хаотичной стимуляции происходит то же самое. Кстати, поэтому при «промывании мозгов» используется как сенсорная депривация (например, одиночная камера), так и хаотичная сенсорная перестимуляция (мигающий свет, мелькающие цвета, беспорядочные звуки). Таким образом, чрезмерная стимуляция на сенсорном уровне вызывает искажения реальности.

Такие же действия на уровне информационном снижают когнитивные способности человека, умение «думать». Вообще, некоторые человеческие реакции на новшества являются заданными, другие — результат мыслительной деятельности и зависят от способности отбирать, оценивать и сохранять информацию. Рациональное поведение зависит от непрерывного поступления данных из окружающей среды. Индивид может понимать результаты своих конкретных действий, если может предсказать реакцию окружающей среды на эти действия. Э.Тоффлер приводит тест на канальную вместимость человека. Личность тут рассматривается как канал для информации, которая поступает снаружи и обрабатывается, а затем существует в форме действий, основанных на решениях. Скорость и точность переработки информации измеряется путем сравнения скорости её ввода со скоростью и точностью выхода. При этих экспериментах был сделан вывод, что человек обладает ограниченными возможностями: перегрузка системы ведет к серьезным функциональным нарушениям. Другими словами, при быстрых и многочисленных изменениях ослабевает способность человека к размышлению и действию. Человек способен переварить только определенное количество информации и при информационной перегрузке возникает шок, который может перерасти в психическое заболевание. Роль катализатора болезненных изменений при информационной перегрузке является временной прессинг. В этих условиях нормальные люди начинают мыслить наподобие шизофреников, т.е. их ассоциативный ряд становится алогичным.

Особой формой перестимуляции является стресс принятия решений. Разнообразие, новшества, процесс переключения на новые условия в совокупности со сжатым временным фактором приводят к расстройству. Толчок ускорения заставляет ускорять темп принятия решений, но, в противоположность этому, новизна обстоятельств приносит революционные изменения в природе принимаемых решений. Т.е. нарушается баланс «запланированных» и «незапланированных» реше-

ний. Обычное функционирование представляет собой смешение этих двух типов реакций. Причем если преобладают запрограммированные решения, то жизнь представляется скучной, но если слишком много незапрограммированных, то жизнь становится дезорганизованной, утомительной и раздражающей. Это ведет к психозу.

При совпадении сенсорной и когнитивной перестимуляции со стрессом принятия решений мы получаем комплексную форму дезадаптации. Первой распространенной реакцией на переизбыток перемен является прямое отрицание. Т.е. стратегия тут состоит в блокировании нежелательной реальности. Но это ошибочное поведение. Отказываясь воспринимать информацию и адаптироваться к изменяющимся условиям, человек увеличивает вероятность того, что его ждет всеобъемлющий кризис вместо постепенного решения проблем. Вторая стратегия — специализм. Человек блокирует всю информацию, не связанную с его непосредственной сферой деятельности. Это также ошибочная стратегия, т.к. однажды он может обнаружить, что его специальность изменилась или устарела, а специализированные знания не нужны. Третья стратегия — это возврат к привычным, успешным адаптивным приемам, которые сейчас стали неподходящими. Такой атавист привязан к прежним запрограммированным решениям и привычкам с догматическим отчаянием. Это регрессивная модель, направленная на возврат к прошлому. Э.Тоффлер выдвигает также фигуру Супер-упростителя, который ищет четкого уравнения, объясняющего все сложные нововведения. Он хватается то за одну, то за другую новую идею, всюду становясь временным неопитом. Такой поиск универсального решения на интеллектуальном уровне имеет свою параллель в действительности. Так, студент, на которого давят родители и система образования, сомневающийся в своих способностях и статусе может радикально упростить свое существование, начав принимать наркотики. Он радикально, хоть и временно, упрощает свое существование.

Все эти стратегии опасно избегают сложностей реальной жизни и вводят искривленные образцы реальности. Они сильно углубляют адаптационные сложности. Жертва футурошока испытывает возрастающие чувства замешательства и неуверенности. При необходимости принятия решений к интеллектуальному замешательству добавляется дезориентация на уровне личностных ценностей. При ускорении темпа изменений может возникнуть чувство неуверенности в себе, возбуждения, страха, быстрого утомления. Усталость может привести к раздражительности, гневу, даже бессмысленной жестокости. Поэтому, по мнению Э.Тоффлера, бессмысленный вандализм является проблемой всех технообществ. В конце концов, замешательство и неуверенность может привести к глубокой апатии, т.е. общему отрицанию перед цепью необходимых решений в условиях неуверенности и перевыбора.

Не все исследователи информационного общества разделяли опасения Э.Тоффлера. К примеру, Д.Белл считал, что изменений в жизни современных людей не так уж много (только телевидение) и наступают они отнюдь не стремительно. Кстати, он также скептически относился к тоффлеровскому определению нового типа общества как сложного, быстро развивающегося, основанного на самой передовой технологии и постматериалистической системе ценностей.

Э.Тоффлер считал, что до настоящего времени человечество пережило две гигантских волны перемен, каждая из которых уничтожала предшествующие культуры, заменяя их принципиально новым образом жизни. Первая волна — сельскохозяйственная революция — длилась тысячелетия, вторая — промышленная цивилизация — триста лет. Ускорение общественного развития, по Э.Тоффлеру, возрастает, и вполне вероятно, что третья волна продлится только несколько десятилетий. Её воздействием является, в частности, разрыв семейных уз, колебания в экономике, паралич политических систем, разрушение наших ценностей. Третья волна является одновременно и высокотехнологичной, и антииндустриальной цивилизацией.

Третья волна несет с собой присущий ей новый строй жизни, основанный на разнообразных возобновляемых источниках энергии; на методах производства, делающих ненужными большинство фабричных сборочных конвейеров; на новых не-нуклеарных семьях; на новой структуре, которую можно бы назвать «электронным коттеджем»; на радикально измененных школах и объединениях будущего. Возникающая цивилизация ведет за пределы стандартизации, синхронизации и централизации, за пределы стремлений к накоплению энергии, денег или власти. В новой цивилизации уменьшится роль национального государства, произойдет рост полуавтономных экономик постимпериалистического мира. Это будет цивилизация со своим собственным представлением о мире, со своими собственными способами использования времени, пространства, логики и причинности.

Цивилизация Третьей волны начинает стирать исторически сложившийся разрыв между производителем и потребителем, порождая особую экономику завтрашнего дня, сочетающую в себе оба действующих фактора, — «prosumer» ecomomics (от «producer» — производитель — и «consumer» — потребитель) [Тоффлер Э., 1999: 34-35, и далее].

До наступления Первой волны перемен большинство людей жило внутри небольших, часто мигрирующих групп, которые занимались собирательством, рыбной ловлей, охотой или скотоводством. В какой-то момент, примерно 10 тыс. лет назад, началась сельскохозяйственная революция, которая постепенно распространилась по всей нашей планете и полностью изменила образ жизни. Эта Первая волна перемен все еще не исчерпала себя к концу XVII в., когда в Европе внезапно возникла индустриальная революция и началась вторая великая волна планетарных перемен. Этот новый процесс — индустриализация — гораздо быстрее начал двигаться по странам и континентам. Таким образом, два отдельных, явно отличающихся друг от друга процесса перемен распространялись по земле одновременно, но с разной скоростью.

Сегодня Первая волна фактически угасла. Её силы в основном уже истрачены.

Тем временем Вторая волна, революционизировавшая в течение нескольких столетий жизнь в Европе, Северной Америке и некоторых других частях земного шара, продолжает распространяться, поскольку многие страны, бывшие до того по преимуществу сельскохозяйственными, изо всех сил стараются строить сталелитейные заводы, автомобильные заводы, текстильные предприятия и предприятия по переработке про-

дуктов питания, а также железные дороги. Момент индустриализации еще ощутим. Вторая волна еще не окончательно утратила свои силы.

Хотя этот процесс еще продолжается, положено начало другому, еще более важному процессу. Когда прилив индустриализма достиг своего пика в период после окончания второй мировой войны, по земле начала двигаться мало кем понятая Третья волна, трансформирующая все, чего бы она ни коснулась. Многие страны одновременно чувствуют влияние двух или даже трех совершенно разных волн перемен, причем все они движутся с разной скоростью и несут в себе разную силу.

Э.Тоффлер считал, что Первая волна началась около 8 тыс. лет до н. э. и безраздельно господствовала по всей земле примерно до 1650-1750 гг. н. э. Начиная с этого времени, Первая волна утратила свою движущую силу, тогда как Вторая волна набирала мощь. Гребень Второй волны достиг Соединенных Штатов в период, начавшийся примерно в 1955 г., когда впервые количество «белых воротничков» и работников сферы обслуживания стало превышать число «синих воротничков». По мнению Э.Тоффлера, в наши дни все страны, обладающие высокими технологиями, страдают от коллизии между Третьей волной и устаревшими, отвердевшими экономикой и учреждениями Второй волны.

Во время Первой волны население земли можно было разделить на две категории — «примитивные» и «цивилизованные» народы. Так называемые «примитивные народы», жившие небольшими группами и племенами и добывавшие себе пропитание сбором плодов, охотой или рыбной ловлей, принадлежали к тем, мимо кого прошла сельскохозяйственная революция.

Напротив, «цивилизованный» мир был представлен той частью планеты, в которой большинство населения трудилось на земле, т.к. сельское хозяйство и цивилизация были неразрывно связаны.

Однако под этими внешними различиями имеется фундаментальное сходство. Во всех этих странах земля была основой экономики, жизни, культуры, семейной структуры и политики. В каждой из них жизнь была организована вокруг деревенского поселения. В каждой из них существовало простое разделение труда и небольшое количество четко определенных каст и классов: знать, священники, воины, рабы или крепостные. Во всех таких странах власть была авторитарной. Повсюду положение человека в жизни определялось фактом его рождения. И повсюду в этих странах экономика была децентрализованной, так что каждое сообщество производило большую часть того, в чем оно нуждалось.

Таким был мир, в котором произошел взрыв индустриальной революции, запустивший Вторую волну и породивший странную, могущественную и лихорадочно активную контрцивилизацию. Индустриализм — это не только дымящие трубы и поточные линии, но и богатая многосторонняя социальная система, касавшаяся любого аспекта человеческой жизни и противостоящая любому проявлению прошлого, связанного с Первой волной. Э.Тоффлер рассматривает Гражданскую войну в США как естественное насильственное столкновение Первой и Второй волны цивилизации. В этом же ключе рассматривается Великая октябрьская социалистическая революция в России.

Индустриальная революция победила во всех странах между 25-й и 65-й параллелями Северного полушария. Несмотря на различия в

языке, культуре, истории и политике — различия столь глубокие, что они бывают причиной военных конфликтов, все эти общества Второй волны имеют общие черты и сходные основные принципы.

Одним из принципиальных вопросов являются источники энергии. Общества Первой волны использовали энергию «живых батарей» — мышечную силу человека или животных, — а также энергию солнца, ветра и воды. Таким образом, все общества Первой волны эксплуатировали возобновляемые источники энергии. Природа действительно могла восстанавливать вырубленные леса, ветер постоянно наполнял паруса, реки неустанно крутили медленно вращающиеся колеса. Даже животные и люди были «энергетическими рабами», которых можно было заменить. Все общества Второй волны начали извлекать нужную им энергию из угля, газа и нефти — из ископаемого топлива, которое невозстановимо. Этот революционный сдвиг означает, что впервые цивилизация разрушает основной капитал природы, а не просто живет тем, что природа ей предоставила.

Скачок к новой энергетической системе происходил параллельно с огромными достижениями в технологии. Общества Первой волны полагались на первоначальные лебедки и клинья, катапульты, прессы для винограда, рычаги и подъемные механизмы — все они использовались главным образом для того, чтобы увеличить силу человеческих мускулов или мышц домашних животных.

Вторая волна подняла технологию на совершенно новый уровень. Она породила гигантские электромеханические машины. И эти новые машины не просто увеличивали силу живых мышц. Индустриальная цивилизация развила технологию органов чувств, создавая машины, которые могли слышать, видеть и осязать с гораздо большей точностью, чем на это способны люди. Она породила также машины, которые строят другие машины, и сообщества машин — заводы и фабрики. Началось массовое производство одинаковой продукции.

Однако массовое производство не имело бы смысла без соответствующих изменений в системе распределения. В обществах Первой волны товары изготавливались обычно вручную. Продукты создавались в единственном экземпляре по предварительному заказу. То же, большей частью, относилось и к их распределению.

Вторая волна произвела изменения в системе распределения. Железные дороги, автомагистрали и каналы открыли доступ к районам, расположенным в глубине страны, и вместе с индустриализмом пришли первые универсальные магазины. Распределение товаров, изготовленных на заказ, уступило место массовому распределению и массовой торговле, которые стали столь же привычным и основным компонентом всех индустриальных обществ, как и машины.

Техносфера Второй волны нуждалась в адекватно революционизированной «социосфере», которая была бы к ней приспособлена. Она требовала радикально новых форм социальной организации. До индустриальной революции формы семьи были неодинаковы в разных местах. Когда господствовало сельское хозяйство, люди обычно жили в больших семьях, включавших в себя несколько поколений, причем все они обитали под одной крышей и работали вместе как производственная ячейка. И семья тогда была неподвижной — она своими корнями



уходила в землю. Когда Вторая волна начала двигаться по обществам Первой волны, семьи испытали стресс от перемен. Внутри каждой такой семьи столкновение волновых фронтов выражалось в форме конфликтов, падений патриархальных авторитетов, изменений в отношениях между детьми и родителями, в новых понятиях о собственности. Когда экономическое производство сместилось с поля на завод, семья утратила возможность работать вместе как производственная ячейка. Чтобы получить рабочих для фабричного производства, ключевые функции семьи были распределены между новыми специализированными учреждениями. Воспитание ребенка было передано школе. Забота о пожилых людях перешла в ведение приютов для бедняков, домов для престарелых или частных лечебниц. Помимо всего этого, новому обществу была нужна мобильность. Ему требовались рабочие, которые могли бы в поисках работы переезжать с места на место. Перегруженная престарелыми родственниками, больными и увечными, а также большим количеством детей, большая семья была чем угодно, но только не мобильной ячейкой. Поэтому постепенно и весьма болезненно структура семьи начала меняться. Разорванные миграцией в большие города, сотрясаемые экономическими бурями, семьи освобождались от нежелательных родственников, становясь меньше, мобильнее и все более приспособленными к потребностям новой техносферы. Так называемая малая («нуклеарная») семья, состоящая из отца, матери и нескольких детей, не обремененная родственниками, стала стандартной, социально признанной «современной» моделью семьи во всех индустриальных обществах, как капиталистических, так и социалистических.

Когда работа перестала протекать в поле или дома, возникла потребность в подготовке детей для фабричной жизни. Результатом решения этой проблемы явилась другая основная структура всех обществ Второй волны: массовое обучение. Построенное по фабричной модели, массовое образование включало в себя основы чтения, письма и арифметики, немножко истории и других предметов. Это был «явный учебный план». Однако под ним находился невидимый, или «скрытый учебный план», который был куда более основательным. Он состоял (и все еще состоит в большинстве индустриальных стран) из трех курсов, цель которых — научить пунктуальности, послушанию и выполнению механической, однообразной работы. Работа на производстве требовала людей с проворными, пригодными для поточной линии руками. Она требовала рабочих, которые безоговорочно выполняли бы указания, исходящие от начальства. И она требовала мужчин и женщин, готовых работать до изнеможения на машинах или в конторах, выполняя наверняка скучные, однообразные операции.

Всеобщее образование, само собой разумеется, является шагом вперед на пути гуманизации человечества. И тем не менее, школы Второй волны подвергали механической обработке одно за другим поколения молодых людей, готовя из них податливую унифицированную рабочую силу, в которой нуждалась электромеханическая технология и поточные линии на производстве.

В совокупности малая семья и школа фабричного типа образовали часть единой интегрированной системы для подготовки молодых людей к их роли в индустриальном обществе. И в этом отношении об-

щества Второй волны, независимо от того, были ли они капиталистическими или социалистическими, северными или южными, — все они одинаковы.

Во всех обществах Второй волны возникла третья организация, осуществляющая социальный надзор за первыми двумя. Это изобретение известно под названием «корпорация». До того как это произошло, типичным деловым предприятием владел или отдельный человек, или семья, или товарищество. Корпорации были исключительно редки.

Рост массового производства изменил все это. Технологии Второй волны требовали гигантских вложений капитала — больших, чем это могли предоставить отдельные люди или даже небольшие группы. Поскольку индивидуальные владельцы или партнеры, вкладывая деньги, каждый раз ставили на карту свою судьбу, они неохотно тратили деньги на слишком обширные или рискованные проекты. Чтобы подбодрить их, была придумана концепция ограниченной ответственности. Если какая-либо корпорация терпит крах, то инвестор теряет только ту сумму, которую он внес, и ни капли больше. Эта инновация открыла шлюзовые ворота для инвестиций.

Взятые в совокупности, эти три структуры — малая семья, обучение фабричного типа и гигантские корпорации — стали определяющими социальными учреждениями всех обществ Второй волны.

Таким образом, повсюду в мире Второй волны, как в Японии, так и в Швейцарии, Великобритании, Польше, Соединенных Штатах и Советском Союзе, большинство людей двигалось по одной и той же стандартной жизненной траектории: воспитанные в малых семьях, они шли в потоке через школы фабричного типа, а затем поступали на службу в крупную корпорацию, частную или государственную. На каждом этапе жизненного пути человек находится под контролем одного из главных институтов Второй волны.

Вокруг этих трех стержневых институтов возникло множество других организаций. Правительственные министерства, спортивные клубы, церкви, торговые палаты, профсоюзы, профессиональные организации, политические партии, библиотеки, этнические объединения, группы совместного отдыха и тысячи других появились в кильватере Второй волны, создавая исключительно сложную организационную экологию, требующую обслуживания каждой группы, координации и уравнивания интересов всех групп.

Все группы людей, от «примитивных» времен до сегодняшнего дня, зависят от общения людей друг с другом, лицом к лицу. Но для того чтобы послать сообщение через пространство и время, требуются определенные устройства. Во время цивилизации Первой волны все каналы связи были предназначены только для богатых и власть имущих, обычные люди не имели к ним доступа. Коротко говоря, если непосредственный, лицом к лицу, обмен информацией был доступен всем, то возникшие способы передачи информации за пределы семьи или поселения были в значительной мере закрыты для простых людей и использовались лишь для целей социального или политического контроля.

Вторая волна, вовлекая в свою сферу страну за страной, полностью уничтожила эту коммуникационную монополию. Это произошло не потому, что богатые и могущественные люди внезапно стали альтруис-

тами, а потому, что технология и массовое производство Второй волны потребовали «массивных» движений информации, с которыми просто не могли справиться старые каналы связи. Информация, необходимая для экономического производства в «примитивных» обществах и обществах Первой волны, относительно проста, ее можно получить от кого-нибудь, кто находится поблизости, в виде устного сообщения или жеста. Напротив, экономика Второй волны нуждается в тесной координации работы, выполненной в разных местах. При этом должно создаваться и тщательно распределяться не только сырье, но и огромное количество информации.

Причем растущие информационные потребности индустриальных обществ не могли обойтись одними только письменными сообщениями. Таким образом, в XIX в. были изобретены телефон и телеграф, также призванные к тому, чтобы принять на себя часть постоянно растущей коммуникационной нагрузки. По существу эти системы служили для передачи сообщений от одного отправителя к одному получателю в какой-то момент времени. Однако обществу, развивающему массовое производство и массовое потребление, требовалось передавать и массовые сообщения — от одного отправителя одновременно ко многим получателям. В отличие от предпринимателя доиндустриальной эпохи, который, если ему это было нужно, лично мог навестить каждого из своих рабочих у них дома, предприниматель индустриального периода не может общаться с тысячами своих рабочих один на один. Еще труднее встретиться со своими покупателями продавцам или распространителям массовой продукции. Общества Второй волны нуждались в мощных средствах передачи одного и того же сообщения одновременно многим людям, которые обеспечивали бы связь быстро, дешево и надежно. Эта брешь оказалась заполненной благодаря масс-медиа.

В масс-медиа Э.Тюффлер отмечал основные принципы фабричного производства. Все они штампуют одинаковые сообщения для миллионов мозгов, так же как фабрика штампует один и тот же товар, чтобы он использовался в миллионах домов. Стандартизированные, массово изготовленные «факты», двойники стандартизированных, массово изготовленных продуктов, поступают от немногочисленных фабрик по изготовлению образов к миллионам потребителей. Без этой обширной и мощной системы информации, передающейся по разным каналам, индустриальная цивилизация не смогла бы оформиться и надежно функционировать.

Таким образом, во всех индустриальных обществах, как в капиталистических, так и в социалистических, выросла хорошо разработанная инфосфера — коммуникационные каналы, посредством которых индивидуальные и массовые сообщения могут распределяться столь же эффективно, как товары и сырье. Эта инфосфера переплелась с техно- и социосферами, которые она обслуживает, помогая интегрировать экономическое производство с поведением отдельных людей. Каждая из этих сфер выполняла ключевую функцию в более крупной системе и не могла бы существовать без остальных. Техносфера создавала и распределяла материальные ценности; социосфера, вместе с тысячами связанных с ней организаций, распределяла роли отдельных людей в системе, а ин-

фосфера — информацию, необходимую для работы всей системы. Все вместе они образовывали основную архитектуру общества.

Массмедийную информацию Э.Торффлер сравнивал с информационной бомбой, которая взрывается в самой гуще людей, осыпая нас шрапнелью образов и в корне меняя и восприятие нашего внутреннего мира, и наше поведение. Переход от информационного пространства Второй волны к Третьей волне изменяет человеческую психику. Человек создает ментальную модель действительности, в голове существует как бы склад образов. Одни из них визуальные, другие слуховые, есть даже тактильные. Некоторые — только «перцепты» — следы информации об окружающей нас среде, т. е. они запоминаются, как образ, например, мельком увиденного голубого неба. Есть и определяющие отношения «ассоциации», предположим, два слова — «мать» и «дитя». Одни образы простые, другие сложные и концептуальные, подобно идее о том, что «причина инфляции лежит в повышении зарплаты». Связанные воедино, эти образы дополняют нашу картину мира, помещая нас в пространство, время, определяя наше место в структуре личностных взаимоотношений. Эти образы формируются из сигналов или информации, получаемой нами из окружающей нас среды. Поскольку эта среда насыщена переменами, то на нашу работу, наши семьи, церковь, школы, политические институты влияет Третья волна информации, но и море самой информации тоже меняется.

До наступления эры масс-медиа ребенок времен Первой волны, росший в медленно меняющейся деревне, строил свою модель реальности из образов, полученных только от учителя, священника, официального лица и, конечно, от семьи. Консенсус в общине, сильное давление в сторону конформизма действовали на ребенка с рождения и еще больше ограничивали имеющийся образный ряд и его поведение.

Вторая волна увеличила число каналов, из которых индивид черпал материал для формирования картины мира. Ребенок пополнял свой образный ряд не только из природы и от людей, но и из газет, популярных журналов, радио и, позднее, от телевидения. Во всем остальном церковь, государство, дом и школа продолжали вещать в унисон, дополняя друг друга. Масс-медиа стандартизировали образы, бытующие в обществе. Эти централизованно разработанные образы, впрыснутые в массовое сознание масс-медиа, способствовали стандартизации нужного для индустриальной системы поведения.

Сейчас Третья волна радикально меняет все это. По мере ускорения перемен в обществе изменяемся и мы сами. Нас настигает все новая информация, и мы вынуждены постоянно пересматривать картотеку образов. Старые, относящиеся к прошлой жизни образы должны заменяться новыми, иначе наши действия не будут соответствовать новой реальности, мы станем более некомпетентными. Третья волна не просто ускоряет информационные потоки, она трансформирует глубинную структуру информации, от которой зависят наши ежедневные действия.

В эпоху Второй волны масс-медиа захватывали все большую и большую власть. Сейчас же происходят глубокие перемены. В период Третьей волны масс-медиа вынуждены поделиться своим влиянием. Они потерпели поражение от явления «демассификации».

Самые старые масс-медиа Второй волны — газеты — теряют своих читателей. Такие потери объясняются не только расцветом телевидения. Каждая массовая ежедневная газета встречает все большую конкуренцию со стороны набирающих силу малотиражных еженедельников, газет, выходящих два раза в неделю, так называемых «газет для потребителей», служащих не для столичного потребительского рынка, а округе и общинам внутри него и дающих более узкую рекламу и новости. Второй пример — популярные журналы. Они постепенно сходят на нет, уступая место специализированным мини-журналам.

Но значение Третьей волны в массовых коммуникациях не сводится лишь к печати. Э.Тоффлер отмечает, что в период между 1950 и 1970 гг. число радиостанций в США выросло с 2 336 до 5 359. Увеличился также предложенный выбор; различные радиостанции обращаются к своей собственной аудитории, а не к безликой общей массе, как раньше. Станции, передающие общие новости, вещают для образованных взрослых людей среднего класса.

Э.Тоффлер пишет, что в 1977 г. масс-медиа Второй волны потерпели свое самое значительное поражение. Кабельное телевидение стало мощно демассифицировать аудиторию общенациональных телесетей. Но кабель — не единственная проблема, с которой столкнулись телесети. Еще одной являются видеоигры. Э.Тоффлер считал, что они представляют собой волну социального обучения, это предварительная тренировка, готовящая нас к жизни в электронном мире. Видеоигры не только разрушают массив аудитории, уменьшая число тех людей, которые просто смотрят телевизор; благодаря этому нехитрому приспособлению миллионы людей учатся играть с телевизором, отвечать ему, взаимодействовать с ним. В этом процессе из пассивных получателей информации они превращаются в ее отправителей. Также подчеркивалось быстрое распространение видеомагнитофонов и спутниковых антенн.

Все эти разработки имеют одну общую черту: они делают телезрителей на группы, и каждый новый сегмент не только увеличивает разнообразие культуры, но и глубоко проникает в мощную структуру телесетей, которые до сих пор полностью подавляли наш образный ряд.

Таким образом, по мнению Э.Тоффлера, Третья волна начала совершенно новую эпоху — эпоху не массовых медиа. Наряду с новой техносферой появляется новая инфосфера, и это будет иметь далеко идущие последствия во всех сферах жизни, включая наше сознание. Вместе взятые, эти перемены революционизируют наши представления о мире и наши способности его познания.

Демассифицированные медиа демассифицируют и наше сознание. Во время Второй волны постоянная накачка стандартизированного образного ряда привела к тому, что критики называют «массовым сознанием». Сегодня уже не массы людей получают одну и ту же информацию, а небольшие группы населения обмениваются созданными ими самими образами. Поскольку все общество движется в сторону разнообразия, привнесенного Третьей волной, новые медиа отражают и ускоряют этот процесс. Этим отчасти объясняется тот факт, что мнения по какому-либо вопросу становятся менее унифицированными. Консенсус пошатнулся. На личностном уровне нас осаждают и ослепляют противоречивыми и не относящимися к нам фрагментами об-

разного ряда, которые выбивают почву из-под ног наших старых идей, и обстреливают нас разорванными и лишёнными смысла «клипами», мгновенными кадрами. Это явление Э.Тоффлер назвал «клип-культурой». В этой новой культуре с ее фрагментарными, временными образами увеличивается разрыв между пользователями средств информации Второй и Третьей волн. Публику Второй волны, стремящуюся к готовым, устоявшимся моральным и идеологическим истинам прошлого, раздражают и дезориентируют клочки информации. Она испытывает ностальгию по радиопрограммам 30-х годов или фильмам 40-х. Она чувствует себя вырванной из пространства новых средств информации не только потому, что многое из того, что она видит и слышит, пугает и расстраивает ее, но и тип подачи материала ей незнаком.

Вместо получения пространных, соотносящихся друг с другом «полос» идей, собранных и систематизированных, нас все больше пичкают короткими модульными вспышками информации — рекламой, командами, теориями, обрывками новостей, какими-то обрезанными, усеченными кусочками, не укладывающимися в наши прежние ментальные ячейки. Новый образный ряд не поддается классификации, отчасти из-за того, что выпадает из наших старых концептуальных категорий, но еще и потому, что подается в странной, скоротечной, бессвязной форме. Резко критикуя то, что они называют бедламом клип-культуры, люди Второй волны испытывают подавленное раздражение против средств информации.

Люди Третьей волны, напротив, чувствуют себя неплохо под бомбардировкой блицев: полутораминутный клип с новостями, полуминутный рекламный ролик, фрагмент песни или стихотворения, заголовок, мультик, коллаж, кусочек новостей, компьютерная графика. Будучи ненасытными читателями дешевых книг и специальных журналов, они залпом глотают огромное количество информации. Но они также внимательно следят за тем, как в новых концепциях или метафорах собираются и организуются в некое целое эти кусочки информации. Вместо попытки втиснуть новые модульные данные в стандартные структуры или категории Второй волны, они учатся создавать свои собственные «полосы» идей из того разорванного материала, который обрушивают на них новые средства информации.

Э.Тоффлер считал, что сейчас мы не получаем готовую ментальную модель реальности, мы вынуждены постоянно формировать ее и переформировывать. Это ложится на нас тяжелым грузом, но это же ведет к большей индивидуальности, демассификации как личности, так и культуры. Кроме прочего, демассификация цивилизации, отражением и усилением которой являются медиа, влечет за собой огромный скачок объема информации, которой мы обмениваемся друг с другом. И этот рост объясняет, почему мы становимся информационным обществом.

Меняется и положение государства-нации. Третья волна приносит новые проблемы, новую структуру коммуникации, вызывает на мировую сцену новых акторов — и все это в значительной мере подрывает могущество государства-нации.

Как многие проблемы слишком малы и локализованы для того, чтобы их могло активно решать национальное правительство, так быстро возникающие новые проблемы оказываются для того же прави-

тельства слишком необъятными. Экономические связи между нациями все больше укрепляются, что делает жизненно невозможным для любой отдельной нации независимо управлять собственной экономикой или застраховаться от инфляции. Более того, национальные границы, которые не в состоянии ограничить экономические потоки, еще менее способны защитить от влияния окружающей среды.

Новая глобальная система коммуникации еще больше открывает каждую нацию для воздействия извне. Канадцы долго возмущались тем фактом, что около 70 американских телестудий передавали программы для Канады. Но эта форма вторжения извне, характерная для эпохи Второй волны, ничто по сравнению с теми возможностями, которые открыла Третья волна с ее системами коммуникации, основанными на применении спутников, компьютеров, телепринтеров, кабельных систем. В интернациональный лексикон вошла новая фраза — «информационный суверенитет». Но Э.Тоффлер задавался вопросом, насколько эффективно можно «запломбировать» нацию — и надолго ли. Потому что переход к базе Третьей волны требует развития чувствительной, широко открытой «нервной сети», т. е. информационной системы, и попытки отдельной нации перекрыть поток данных извне могут способствовать не развитию, а подрыву ее экономики. Более того, каждый технологический срыв приоткрывает нацию для вторжения извне.

Э.Тоффлер считал, что на уровне долгосрочной социальной политики нам следует быстро продвигаться к «телесообществу». Кто хочет восстановить общность, должен обратить внимание на социально фрагментирующие последствия высокой мобильности. Но чтобы чувство общности могло вписаться в Третью волну, необходимо, хотя бы выборочно, заменить переезды новыми системами коммуникации. Он считал, что общераспространенное опасение, что компьютеры и телекоммуникации лишат нас живых контактов и сделают отношения между людьми более отстраненными, наивно и упрощает проблему. В действительности вполне возможен обратный результат. Хотя некоторые отношения в учреждениях или на предприятиях могут ослабеть, семейные и общинные связи, вполне вероятно, укрепятся с помощью этих технологий. Компьютеры и средства коммуникации способны помочь нам в создании общности.

По крайней мере, они освободят большинство из нас от необходимости ездить на работу — этой центробежной силы, которая разобщает нас по утрам, вовлекает в поверхностные отношения на работе, ослабляя наши более важные социальные связи в семье и общине. Позволяя большому числу людей работать дома (или в близлежащих центрах занятости), новые технологии могли бы способствовать более теплой атмосфере в семье и более тесной, однородной жизни общины. Возможно, в будущем многие станут работать в оборудованном электронными устройствами загородном доме. И это может привести к образованию новой семейной ячейки, работающей вместе, привлекающей детей, а иногда и посторонних.

Э.Тоффлер считал, что связь между средствами коммуникации и характером сложна, но неразрывна. Мы не можем изменить все наши средства коммуникации и ожидать, что как народ останется неизменными. Революция в масс-медиа приведет к революции в психике.

В период Второй волны люди купались в море массово производимых образов. Относительно небольшое число издаваемых централизованно газет, журналов, радио-, телепередач и фильмов обеспечивало то, что критики называли «монолитным сознанием». Индивиды постоянно соотносили себя с незначительным набором ролевых моделей и оценивали свой образ жизни, сравнивая его с несколькими предпочитаемыми возможностями. Круг социально одобряемых стилей поведения личности был относительно узок.

Демассификация масс-медиа в наши дни дает поразительное разнообразие ролевых моделей и стилей жизни, с которыми можно сравнить свою жизнь. Более того, новые масс-медиа кормят нас не целыми, а раскрошившимися чипсами образов. Они не предлагают нам несколько понятных видов идентичности для выбора, нужно сложить ее из кусочков: конфигуративное, или модульное, «я». Это гораздо труднее, и это объясняет, почему многие миллионы людей отчаянно ищут идентичность.

Эти усилия приводят нас к повышенному осознанию собственной индивидуальности — тех черт, которые делают нас неповторимыми. Так изменяется наш собственный образ. Мы требуем, чтобы нас считали личностями и относились к нам как к личностям, и это происходит именно в то время, когда новая производственная система все больше нуждается в индивидуальностях.

Помимо оказания нам помощи в кристаллизации чисто личностных качеств, новые медиа Третьей волны превращают нас в производителей — или, скорее, производителей-потребителей — наших собственных образов себя.

Наиболее революционной чертой новых средств коммуникации Э.Торффлер называет то, что многие из них интерактивны, т. е. позволяют каждому пользователю создавать или посылать образы, а также просто получать их извне.

Э.Торффлер считал, что люди Третьей волны будут стремиться к равновесию в жизни — равновесию между работой и развлечением, между производством и производством-потреблением, между умственным и физическим трудом, между абстрактным и конкретным, между объективностью и субъективностью.

Большие изменения коснутся и политики. По мнению Э.Торффлера, должна разгореться большая битва за власть, причем ее основой будут знания. Он считал, что знания обуславливают огромные изменения власти. Сегодня важнейшим в развитии экономики стало возвышение новой системы создания материальных ценностей, основанной уже не на мускульной силе, но на силе интеллекта. Знания — это ключ к экономическому росту в XXI в.

При анализе смещений во власти Э.Торффлер пришел к выводу, что изменившаяся роль знаний — возвышение новой системы создания материальных ценностей — в этих случаях также либо становилась причиной, либо способствовала важным переменам во власти. Новая революционная система создания материальных ценностей не может распространиться, не вызвав личных, политических и международных конфликтов. Изменяется способ создания благосостояния, таким образом, идет столкновение со всеми, кто отстаивает свои интересы, чье



господство рождено предыдущей системой. Возникают ожесточенные столкновения, поскольку каждая сторона борется за контроль над будущим. Появление новой системы создания материальных ценностей подрывает все опоры старой системы власти, изменяя, в конечном счете, семейную жизнь, бизнес, политику, государственное устройство и саму по себе структуру мировой власти. Те, кто боролся за контроль над будущим, использовали насилие, богатство и знание. Сегодня, по мнению Э.Тоффлера, уже начался подобный, хотя и значительно более стремительный, переворот [Тоффлер Э., 2003: 29-32, и далее].

Э.Тоффлер считал, что именно знание является самым многосторонним из трех основных источников управления в обществе (кроме богатства и силы). Оно может быть применено для наказания, вознаграждения, убеждения и даже изменения. Оно может превратить врага в союзника. Лучше всего то, что, обладая верными знаниями, можно, в первую очередь, обойти нежелательные ситуации, а также избежать излишних трат сил и средств. Знание также служит для приумножения богатства и силы. Оно может использоваться для роста имеющихся в распоряжении сил и богатства или, наоборот, снизить их, если это необходимо для достижения данной цели. В любом случае оно увеличивает эффективность. Конечно, писал Э.Тоффлер, максимальная власть доступна тем, кто в должном месте способен применить все три инструмента, искусно сочетая их друг с другом, чередуя угрозу наказания и обещание награды с убеждением и быстрым пониманием. Знание, насилие, богатство и взаимоотношения между ними определяют власть в обществе. В наше время и сила, и богатство стали поразительно зависеть от знания. Средства передачи знания — средства коммуникации — в свою очередь придают форму сообщениям, проходящим через них. Знание изначально отличается и от силы, и от денег, потому что его можно использовать многократно и одновременно. Мы можем использовать одно знание как «за», так и «против» друг друга, — и этот процесс может расширить знание. Оно не может быть израсходовано.

Решающее различие между насилием, богатством и знанием, Э.Тоффлер видел в том, что и сила, и богатство, по определению, являются собственностью могущественных и состоятельных, а знанием могут обладать также слабые и бедные. Т.о. знание — самый демократичный источник власти. Это делает его постоянной угрозой власти имущим, даже если они используют его для укрепления собственного могущества. Это также объясняет, почему каждый обладающий властью хочет контролировать количество, качество и распределение знаний внутри своего владения.

Э.Тоффлер считал, что если последние 300 лет основная политическая борьба внутри всех индустриализованных стран разворачивалась вокруг богатства, то грядущая борьба за доминирование будет все больше и больше превращаться в сражение за распределение и доступ к знаниям. Контроль над знаниями — вот суть будущей всемирной битвы за власть во всех институтах человечества. Это происходит потому, что новая система создания материальных ценностей целиком и полностью зависит от мгновенной связи и распространения данных, идей, символов и символизма. Это будет экономика суперсимволов в прямом смысле

слова. Переход от экономики «фабричных труб» к экономике, базирующейся на компьютерах, требует массового перемещения власти.

Когда-то богатство было стихийным. Либо оно есть, либо его нет. Богатство давало власть, а власть — богатство. И то, и другое основывалось на землевладении. Сущность богатства начала изменяться с приходом Второй волны. Машины и промышленное сырье, а не земля, стали основной формой капитала. Капитал по-прежнему оставался материальным. Сейчас капитал вновь трансформируется. По мере того, как возрастает роль сферы услуг и информации в экономике, а сфера производства компьютеризируется, природа богатства неизбежно изменяется. Э.Тоффлер считал, что при покупке акций таких компаний, как Apple Computer или IBM, привлекательным фактором является не физическое имущество этих компаний — здания, оборудование, — а способность этих компаний продавать свою продукцию, качество осуществляемого ими маркетинга, эффективность менеджмента, научно-технические разработки их сотрудников. Это, по его мнению, относится ко всем компаниям Третьей волны отраслей экономики — таким, как «Fujitsu» или NEC в Японии, «Siemens» в Западной Германии, французская «Groupe Bull», американские «Digital Equipment», Genentech и Federal Express. Символьная доля в товаре означает, как это ни удивительно, ничего более, чем другие символы. И это только начало революционных изменений сущности капитала. Если реален сдвиг к тому, что знание — это капитал, то сущность капитала становится «нереальной»: он начинает состоять из символов, таких же, как другие символы в головах людей и в памяти компьютеров. Капитал, таким образом, переходит из материальной, осязаемой формы в бумажную форму, которая символизирует материальное обеспечение, в бумагу, символизирующую символы в сознании непрерывно меняющихся работников. И, наконец, в электронные импульсы, символизирующие бумагу.

По Э.Тоффлеру появляется новый способ создания изобилия. Его черты: 1) новая ускоренная система создания изобилия все больше зависит от обмена данными, информацией и знаниями. Она сверхсимволична. Если знаниями не обмениваются, новое изобилие не создается; 2) новая система выходит за пределы массового производства к гибкому, приспособляемому или «демассифицированному» производству. Благодаря новым информационным технологиям она способна выпускать мелкие партии чрезвычайно разнообразных, даже специально приспособленных продуктов при расходах, приближающихся к стоимости массового производства; 3) традиционные факторы производства — земля, труд, сырье и капитал — становятся менее значимыми, так как их заменяют символические знания; 4) вместо металлических или бумажных денег подлинным средством обмена становится электронная информация. Капитал становится чрезвычайно подвижным, так что огромные фонды могут собираться и рассеиваться за одну ночь. Несмотря на сегодняшнюю огромную концентрацию, число источников капитала увеличивается; 5) товары и услуги модуляризируются и конфигурируются в системах, которые требуют увеличения количества и постоянного пересмотра стандартов. Это приводит к войнам за контроль над информацией, на которой основываются стандарты; 6) медлительные бюрократии заменяются мелкими

(демассифицированными) рабочими единицами, временными или «ад-хократическими» командами, все более сложными бизнес-альянсами и консорциумами. Иерархия «выравнивается» или уничтожается, чтобы ускорить принятие решений. Бюрократическая организация знаний заменяется информационными системами свободного потока; 7) численность и разнообразие организационных форм увеличивается. Чем больше подобных единиц, тем больше сделок между ними и тем больше информации должно быть создано и сообщено; 8) рабочие становятся все менее взаимозаменяемыми. Индустриальные рабочие владели немногими инструментами производства. Сегодня самые мощные увеличивающие изобилие инструменты — это символы в головах рабочих. Следовательно, рабочие владеют основной, часто незаменимой долей «средств производства»; 9) новый герой — уже не неквалифицированный рабочий, не финансист и не менеджер, а новатор (внутри или вне крупной организации), который сочетает воображение и знания с действием; 10) создание изобилия все больше рассматривается как круговой процесс, где отходы превращаются во ввод в следующем цикле производства. Этот метод предполагает компьютеризованный мониторинг и еще более глубокие уровни научных и экологических знаний; 11) производитель и потребитель, разделенные промышленной революцией, воссоединены в цикле создания изобилия, которому потребитель содействует не только деньгами, но рыночной и проектной информацией, жизненно важной для производственного процесса. Покупатель и поставщик делятся данными, информацией и знаниями. Когда-нибудь потребитель тоже сможет нажимать кнопки, которые активизируют производственные процессы на расстоянии. Потребитель и производитель соединятся в «потребителя»; 12) новая система создания изобилия и локальна, и глобальна. Мощные микротехнологии дают возможность делать локально то, что раньше экономически можно было сделать только в национальном масштабе. Одновременно многие функции переливаются через государственные границы, интегрируя действия во многих государствах в одно продуктивное усилие.

Эти двенадцать элементов ускоряющейся экономики, по мнению Э.Тоффлера, взаимосвязаны, и все вместе они подкрепляют роль данных, информации и знаний во всей экономике. Они определяют революционную новую систему высокотехнологичного создания изобилия. Когда фрагменты этой системы соединяются, они подрывают властные структуры, спроектированные, чтобы поддерживать систему производства изобилия в индустриальную эпоху.

Что касается масс-медиа, то направление перемен состоит в разделении массовой аудитории на сегменты и подгруппы, каждая из которых получает свою конфигурацию программ и сообщений. Наряду с этим происходит огромная экспансия образов, передающихся по телевидению в форме новостей и различных развлекательных программ. Переход к экономике, основанной на знании, резко усиливает потребность в коммуникации и способствует гибели старой системы доставки символов. Прогрессивная экономика нуждается в рабочей силе, обладающей исключительно высокой степенью развития в образной сфере. Эта рабочая сила требует постоянного и свободного доступа ко всем видам информации, которые раньше считались никак не связанными

с продуктивностью работы. Она требует работников, которые могут быстро приспосабливаться к то и дело возникающим переменам в методах работы, в организации и повседневной жизни — и даже предвосхищать их. Самые лучшие работники — это практичные люди, которые любят жизненные блага, чуткие к новым идеям и модам, вкусам потребителей, экономическим и политическим переменам, знающие толк в проблемах, связанных с конкуренцией, изменениями в сфере культуры, и множество других вещей, которые раньше считались существенными только для управляющей элиты. Эти разнообразные знания берутся не только из школы или технических учебников, но и благодаря тому, что люди постоянно воспринимают массу новостей, поступающих по телевидению или через газеты, журналы и радио. Косвенным образом они поступают также благодаря различным «развлекательным» программам, большинство которых неумышленно снабжает нас информацией о новых стилях жизни, отношениях между людьми, социальных проблемах и даже обычаях и рынках других стран. Конечно, нарочитое содержание телевизионного шоу часто дает ложную картину социальной реальности. Однако во всех телевизионных программах и в рекламных передачах, так же как в фильмах, есть дополнительный слой, который можно назвать «неумышленным, непреднамеренным содержанием». Он состоит из различных деталей фона — пейзажа, машин, уличных сцен, архитектуры, телефонов, автоответчиков, так же как и из почти незаметного поведения второстепенных персонажей вроде шутливой беседы между какой-либо официанткой и клиентом — в то время как главный герой садится за стойку бара. В отличие от задуманного содержания какая-нибудь неумышленная деталь часто передает совершенно точную картину повседневной реальности. Ничто из этого, по Э.Тоффлеру, не упускается и не забывается зрителем. Оно записывается «в файлах» мозга и формирует часть общего «банка данных» о мире, присущего каждому конкретному человеку. Таким образом, хорошо это или плохо, но оно влияет на тот багаж представлений, с которым человек приходит на свое рабочее место.

Э.Тоффлер считал, что существование всемирного рынка образов привело некоторые компании, в том числе владеющие масс-медиа, к простому и прямолинейному выводу. Они решили, что пришло время «глобализации», когда они могут пытаться расширить до глобального, всемирного масштаба то, чем они успешно занимались до сих пор в пределах своей страны. По мнению Э.Тоффлера, это ошибочная стратегия.

Особо Э.Тоффлер выступал против явления «глобальной рекламы». Он считал, что это ошибочная теория потому, что такая реклама не видит различий между разными регионами и разными рынками. Некоторые из них находятся еще в условиях, предшествующих массовому рынку; другие — как раз на стадии массового рынка; а некоторые уже переживают тот период, когда происходит демассификация, типичная для наиболее передовой экономики. В этих последних странах потребители требуют большей индивидуализации изделий, поэтому их определенно не привлекают некоторые однородные товары или услуги. Вряд ли можно ожидать, писал Э.Тоффлер, что один и тот же маркетинг или одна и та же реклама будут пригодны для всех этих разных условий.

Практика, однако, свидетельствует о том, что теория глобальной рекламы с сетевыми мировыми агентствами и одинаковой рекламной стандартных товаров в разных странах полностью экономически оправдывает себя.

Также явно ошибочными являются суждения Э.Тоффлера о том, что масс-медиа Второй волны делали планету все более гомогенной, а Третьей сделают существующие различия еще более глубокими. Таким образом, по Э.Тоффлеру, глобализация — это не синоним гомогенности. На практике мы наблюдаем как одни и те же образы господствуют в разных странах и делают людей разных национальностей более похожими и по стилю жизни и по реакции на стандартные ситуации.

Также Э.Тоффлер считал, что правительства высокоразвитых стран стоят лицом к лицу с будущим, в котором их народы вовсе не будут довольствоваться одиночными сведениями, повторяемыми в унисон несколькими станциями, принадлежащими магнатам масс-медиа; напротив, они со всех сторон попадут под обстрел разнообразной и часто противоречащей друг другу информации, изготовленной по специальному заказу и касающейся коммерческой, культурной и политической сфер жизни. В этих новых условиях, в которых находятся сейчас масс-медиа, старая «политика мобилизации масс» и «инженерия консенсуса» становятся гораздо более трудноосуществимыми. Он писал, что когда мы имеем в виду магнатов масс-медиа, то не столь важно, к кому или чему они расположены — к политикам левого или правого крыла или к соответствующей политике. Гораздо более значительна та поддержка, которую они оказывают идеологии глобализма. Глобализм, или, по меньшей мере, наднационализм. — это естественное выражение нового способа хозяйствования, которое должно функционировать, не считаясь с границами государств. И очевидно, что распространение этой идеологии соответствует личным интересам тех, кто управляет масс-медиа. Однако, по мнению Э.Тоффлера, этот интерес противоречит с другим. Ибо если их телевизионные и радиостанции, а также их газеты и журналы намерены достичь финансового успеха, то они должны будут демассифицироваться, т.е. заняться поисками удобных ниш, доставкой узкоспециальной информации, апелляцией к местным интересам своих зрителей и слушателей. В то же время само наличие мощной коммуникативной среды, способной объединять континенты, будет влиять на систему власти как внутри страны, так и в масштабах всего мира. Таким образом, магнаты новых средств массовой информации, даже если они к этому и не стремятся специально, радикальным образом меняют роль «всеобщего мнения» в мире.

По мнению Э.Тоффлера, электронная инфраструктура продвинутой экономики будет иметь шесть отличительных признаков: интерактивность, мобильность, обратимость, возможность взаимосвязи, повсеместность и глобализацию. Все вместе эти шесть принципов указывают на полную трансформацию не только в тех способах, которыми мы посылаем сообщения друг другу, но и в том, как мы думаем, какими мы видим себя в этом мире и, таким образом, каково наше отношение к различным правительствам. Взятые вместе, они означают, что для правительств — или для противостоящих им революционеров — становится

невозможным руководить идеями, образами, данными, информацией или знанием, как они это делали раньше.

Одним из самых больших дисбалансов власти на земле в настоящее время является разделение стран на богатых и бедных. Это неравномерное распределение власти, которое влияет на жизни миллиардов людей, по мнению Э.Тоффлера, скоро будет трансформировано по мере распространения новой системы создания благосостояния. Он считал, что мир будет разделен на быстрых и медленных, что целые экономические системы принадлежат или к быстрым, или к медленным. Примитивные организмы имеют медленно функционирующие нервные системы. Более развитая нервная система человека обрабатывает сигналы быстрее. То же верно о примитивных и о развитых экономических системах. С исторической точки зрения, власть перешла от медленных к быстрым. В быстрых экономиках прогрессивная технология ускоряет производство, но не только. Их скорость определяется скоростью сделок, временем, необходимым для принятия решений (особенно о вложениях), скоростью, с которой новые идеи создаются в лабораториях, скоростью, с которой они выбрасываются на рынок, обращением капитала и прежде всего скоростью, с которой данные, информация и знания пульсируют через экономическую систему.

Взгляды Э.Тоффлера не пользовались особой популярностью в научном мире. Его новации были встречены сдержанно. Особой критике подвергались его взгляды о том, что проблемы будущего решаются при помощи технических информационных средств, а также конкретные положения его практопии (так он называл свои работы в отличии от утопий). В частности, взгляды Э.Тоффлера на прогрессивную роль «электронных коттеджей» критиковались как рефеодализм. Неприятие вызывают положения Э.Тоффлера о коренных изменениях в масс-медиа, когда рыночные отношения отомрут (непонятно каким образом в ходе Третьей волны), а концентрация медиа-собственности не будет представлять угрозы. Но, тем не менее, работы Э.Тоффлера вызвали бурную научную дискуссию и привлекли внимание научной общественности к неразработанным проблемам возникновения и функционирования информационного общества.

### ***Мануэль Кастельс***

Мануэль Кастельс стал известен в коммуникативистике благодаря своим работам, посвященным теории информационного общества.

В этом направлении центральной его работой стала трилогия «Информационная эпоха: экономика, общество и культура» (1996-1998), в которой он попытался осмыслить закономерности перехода общества к информационной фазе развития.

М.Кастельс считал, что в новом, информациональном способе развития источник производительности заключается в технологии генерирования знаний, обработки информации и символической коммуникации. При этом знания и информация являются критически важными элементами во всех способах развития, так как процесс производства всегда основан на некотором уровне знаний и на обработке информации. Однако специфическим для информационального способа разви-

тия является воздействие знания на само знание как главный источник производительности [Кастельс М., 2000: 39, и далее].

Рассматривая историю развития человечества, он считает, что к концу второго тысячелетия христианской эры несколько событий исторического значения преобразили социальный ландшафт человеческой жизни. Технологическая революция с информационными технологиями в центре заново и ускоренными темпами формирует материальную основу общества. Национальные экономики во всем мире стали глобально взаимосвязанными, создавая в системе с изменчивой геометрией новую форму отношений между экономикой, государством и обществом. Крах советского строя на какое-то время подорвал исторический вызов капитализму; привел к завершению «холодной войны»; снизил риск ядерной катастрофы и фундаментально изменил глобальную геополитику. Сам капитализм подвергся глубокой реструктуризации, характеризуемой повышением гибкости в управлении; децентрализацией и появлением сетевых структур как внутри фирм, так и в отношениях с другими фирмами; значительным усилением позиций капитала vis-a-vis труду, что сопровождалось упадком рабочего движения; ростом индивидуализации и диверсификации трудовых отношений; массовым включением женщин в ряды наемной рабочей силы, обычно в условиях дискриминации; вмешательством государства (с разной интенсивностью и ориентациями в зависимости от природы политических сил и институтов в каждом обществе) с целью селективной дерегуляции рынков и демонтажа «государства всеобщего благосостояния»; усилением глобальной экономической конкуренции в контексте растущей географической и культурной дифференциации условий накопления капитала и менеджерского опыта. Вследствие этой генеральной и еще не оконченной реконструкции капиталистической системы, писал М.Кастельс, мы оказались свидетелями глобальной интеграции финансовых рынков, подъема Азиатско-тихоокеанского региона как нового доминантного мирового производственного центра, энергичных усилий по экономическому объединению Европы, возникновения североамериканской региональной экономики, диверсификации, а затем и распада бывшего «третьего мира», постепенной трансформации национальных экономик России и стран бывшей советской сферы влияния в рыночные экономики, объединения наиболее ценных секторов национальных экономик во взаимосвязанную систему, функционирующую как целостность в реальном времени. Благодаря этим тенденциям наблюдается также обострение неравномерности развития, на этот раз не только между Севером и Югом, но и между динамичными секторами и территориями стран всего мира и теми секторами и территориями, которые рискуют потерять всякую важность с точки зрения системной логики.

Отправной точкой при анализе новой экономики, общества и культуры М.Кастельс выбрал революцию в информационной технологии, поскольку она охватывает всю область человеческой деятельности. Хотя он подчеркивает, что это не означает, что новые социальные формы и процессы возникают как следствия технологических изменений. М.Кастельс считал, что общества организованы вокруг процессов человеческой деятельности, структурированных и историчес-

ки детерминированных в отношениях производства, опыта и власти. Производство есть воздействие человечества на материю (природу) для того, чтобы приспособить и трансформировать ее для своего блага, получая продукт, потребляя (неравным образом) часть его и накапливая экономический излишек для инвестиций согласно некоторому набору социально детерминированных целей. Опыт есть воздействие человеческих субъектов на самих себя, детерминированное соотношением между их биологическими и культурными идентичностями, и в специфических условиях их социальной и природной среды. Опыт строится вокруг бесконечного поиска удовлетворения человеческих потребностей и желаний. Власть есть то отношение между человеческими субъектами, которое на основе производства и человеческого опыта навязывает волю одних субъектов другим путем потенциального или фактического применения насилия, физического или символического. Институты общества построены так, чтобы навязывать отношения власти, существующие в каждый исторический период, включая способы контроля, границы действий и социальные контракты, полученные в результате борьбы за власть. Производство же упорядочено классовыми отношениями, определяющими процесс, посредством которого некоторые субъекты в силу их положения в процессе производства решают вопросы раздела и использования продукта, направляемого на потребление и инвестиции. Человеческий опыт структурируется вокруг гендерных отношений, исторически организованных вокруг семьи и характеризующихся до сих пор господством мужчин над женщинами. Семейные отношения и сексуальность структурируют личность и вводят в рамки символическое взаимодействие. Власть основана на государстве и его институционализированной монополии насилия, хотя то, что Фуко называет микрофизикой власти, воплощено в институтах и организациях, пронизывает все общество, от заводских цехов до больниц, замыкая субъектов в тесных рамках формальных обязанностей и неформальной агрессии. Символическая коммуникация между людьми и отношения между ними и природой на основе производства (с дополняющим его потреблением), опыт и власть кристаллизуются в ходе истории на специфических территориях, создавая, таким образом, культуру и коллективные идентичности.

В духе марксистского учения М. Кастельс считал, что социальные отношения в производстве и, следовательно, способ производства определяют присвоение и использование экономического излишка. При аграрном способе развития источник растущего экономического излишка есть результат количественного роста трудовых усилий и природных ресурсов (особенно земли), вовлеченных в производственный процесс, а также природной обеспеченности этими ресурсами. При индустриальном способе развития главный источник производительности заключается во введении новых энергетических источников и в способности децентрализовать использование энергии в процессах производства и распределения. В новом, информациональном способе развития источник производительности заключается в технологии генерирования знаний, обработки информации и символической коммуникации. Разумеется, знания и информация являются критически важными элементами во всех способах развития, так как процесс производства всегда основан на некотором уровне знаний и на обработке информации. Однако спе-



цифическим для информационного способа развития является воздействие знания на само знание как главный источник производительности. Обработка информации сосредоточена на технологии улучшения обработки информации как источника производительности, в «добродетельном круге» взаимодействия между знаниями как источниками технологии и применением технологии для улучшения генерирования знаний и обработки информации. Именно поэтому М.Кастельс называл этот новый способ развития информациональным, построенным через возникновение новой технологической парадигмы, основанной на информационной технологии.

Каждый способ развития имеет также структурно детерминированный принцип функционирования, вокруг которого организованы технологические процессы: индустриализм ориентирован на экономический рост, т. е. на максимизацию выпуска; информационализм ориентирован на технологическое развитие, т. е. на накопление знаний и более высокие уровни сложности в обработке информации. Хотя высшие уровни знания могут обычно давать повышенный уровень выпуска на единицу вложений, именно погоня за знаниями и информацией характеризует технологическую производственную функцию при информационализме.

Хотя технология и технические отношения в производстве организованы в парадигмах, рождающихся в доминантных сферах общества, они распространяются по всему множеству социальных отношений и социальных структур, пронизывая и модифицируя власть и человеческий опыт. Таким образом, способы развития формируют всю область социального поведения, включая, разумеется, и символическую коммуникацию. Поскольку информационализм основан на технологии знания и информации, в информациональном способе развития имеется особо тесная связь между культурой и производительными силами, между духом и материей. Поэтому М.Кастельс считал, что мы должны ожидать возникновения исторически новых форм социального взаимодействия, социального контроля и социальных изменений. Также М.Кастельс писал, что теория информационального общества, в отличие от глобальной/информациональной экономики, всегда должна обращать внимание на историческую/культурную специфику в той же мере, как на структурные подобию, связанные с разделяемой в основных чертах техно-экономической парадигмой.

Вообще, М.Кастельс проводил аналитическое разграничение между понятиями «информационное общество» (information society) и «информациональное общество» (informational society) с аналогичными подтекстами для информационной/информациональной экономики. Термин «информационное общество» тут подчеркивает роль информации в обществе. Но он утверждал, что информация в самом широком смысле, т.е. как передача знаний, имела критическую важность во всех обществах, включая средневековую Европу, которая была культурно структурирована и в некоторой степени объединена вокруг схоластики, иначе говоря, в основном в интеллектуальных рамках. В противоположность этому, термин «информациональное» указывает на атрибут специфической формы социальной организации, в которой благодаря новым технологическим условиям, возникающим в данный историчес-

кий период, генерирование, обработка и передача информации стали фундаментальными источниками производительности и власти. При этом он писал, что одной из ключевых черт информационного общества является сетевая логика его базовой структуры, что и объясняет концепцию « сетевого общества ». Однако другие компоненты информационного общества, такие, как общественные движения или государство, демонстрируют черты, выходящие за пределы сетевой логики, хотя эта логика, будучи характеристикой новой социальной структуры, существенно на них влияет. Таким образом, сетевое общество не исчерпывает всех значений информационного общества. Итак, информационная — так как производительность и конкурентоспособность факторов или агентов в этой экономике (будь то фирма, регион или нация) зависят в первую очередь от их способности генерировать, обрабатывать и эффективно использовать информацию, основанную на знаниях. Глобальная — потому что основные виды экономической деятельности, такие, как производство, потребление и циркуляция товаров и услуг, а также их составляющие (капитал, труд, сырье, управление, информация, технология, рынки) организуются в глобальном масштабе, непосредственно либо с использованием разветвленной сети, связывающей экономических агентов. И наконец, информационная к глобальная — потому что в новых исторических условиях достижение определенного уровня производительности и существование конкуренции возможно лишь внутри глобальной взаимосвязанной сети. Глобальная сеть появилась в последней четверти XX в. как результат революции в области информационных технологий, предоставившей необходимую материальную базу для создания такой новой экономики. Здесь есть историческая взаимосвязь между лежащими в основе экономики знанием и информацией, их глобальной распространенностью и революцией в сфере информационных технологий, которая породила новую, отличную от ранее существовавшей экономическую систему.

В информационные технологии М. Кастельс включал сходящуюся совокупность технологий в микроэлектронике, создании вычислительной техники (машин и программного обеспечения), телекоммуникации/вещании и оптико-электронной промышленности. А также генную инженерию и расширяющееся множество ее достижений и применений. Вокруг этого ядра информационных технологий, в описанном выше широком смысле, возникает в последние два десятилетия XX в. созвездие крупных технологических прорывов в области новых материалов, источников энергии, в медицине, в производственной технике (наличной или потенциальной, как нанотехнология), в том числе в транспортной технологии. Более того, нынешний процесс технологической трансформации расширяется экспоненциально, поскольку он способен создать интерфейс между технологическими полями через общий цифровой язык, на котором информация создается, хранится, извлекается, обрабатывается и передается.

М. Кастельс разработал черты новой информационно-технологической парадигмы. Первая характеристика новой парадигмы состоит в том, что информация является ее сырьем: перед нами технологии для воздействия на информацию, а не просто информация, предназначенная для воздействия на технологию, как было в случае

предшествующих технологических революций. Вторая черта состоит во всеохватности эффектов новых технологий. Поскольку информация есть интегральная часть всякой человеческой деятельности, все процессы нашего индивидуального и коллективного существования непосредственно формируются (хотя, разумеется, не детерминируются) новым технологическим способом. Третья характеристика состоит в сетевой логике любой системы или совокупности отношений, использующей эти новые информационные технологии. Похоже, что морфология сети хорошо приспособлена к растущей сложности взаимодействий и к непредсказуемым моделям развития, возникающим из творческой мощи таких взаимодействий. Эта топологическая конфигурация — сеть — может быть теперь благодаря новым информационным технологиям материально обеспечена во всех видах процессов и организаций. Без них сетевая логика была бы слишком громоздкой для материального воплощения. Однако эта сетевая логика нужна для структурирования неструктурированного при сохранении в то же время гибкости, ибо неструктурированное есть движущая сила новаторства в человеческой деятельности. Четвертая особенность, связанная с сетевым принципом, но явно не принадлежащая только ему, состоит в том, что информационно-технологическая парадигма основана на гибкости. Процессы не только обратимы; организации и институты можно модифицировать и даже фундаментально изменять путем перегруппировки их компонентов. Конфигурацию новой технологической парадигмы отличает ее способность к реконфигурации — решающая черта в обществе, для которого характерны постоянные изменения и организационная текучесть. Затем, пятая характеристика этой технологической революции — это растущая конвергенция конкретных технологий в высокоинтегрированной системе, в которой старые, изолированные технологические траектории становятся буквально неразличимыми. Так, микроэлектроника, телекоммуникации, оптическая электроника и компьютеры интегрированы теперь в информационных системах. В бизнесе, приводил пример М.Кастельс, существует, и еще некоторое время будет существовать различие между производителями чипов и программистами. Но даже такая дифференциация размывается растущей интеграцией фирм в стратегических союзах и совместных проектах, так же, как и встраиванием программного обеспечения в микропроцессоры. Более того, в терминах технологической системы один элемент невозможно представить без другого: микрокомпьютеры определяются в основном мощностью чипов, а проектирование и параллельная обработка микропроцессоров зависят от архитектуры компьютеров. Телекоммуникации являются ныне только одной из форм обработки информации; технологии передачи и связи одновременно все шире диверсифицируются и интегрируются в одной и той же сети, где оперируют компьютеры.

М. Кастельс опирался на то, что информация и знание всегда являлись важными составляющими экономического роста, а развитие технологии во многом определило производительность общества, уровень жизни, а также социальные формы экономической организации. Кроме того, он считал, что мы в настоящее время находимся в точке исторического разрыва. Появление новой технологической парадигмы на основе более мощных и гибких информационных технологий сде-

лало возможным превращение информации как таковой в продукт производственного процесса. Точнее, продуктами новой индустрии информационных технологий являются устройства для обработки информации или сам процесс анализа и обработки информации. Трансформируя процесс обработки информации, новые информационные технологии оказывают влияние на все сферы человеческой деятельности и делают возможным установление бесчисленных связей между различными областями, так же как и между элементами и агентами этой деятельности. Появление экономики с сетевой структурой и глубокой взаимозависимостью элементов позволяет все больше применять ее достижения в технологии, знании и управлении как технологией и знанием, так и самим управлением. Этот замкнутый круг позволит достичь большей производительности и эффективности при наличии необходимых условий для одинаково глубоких организационных и институциональных перемен.

М. Кастельс считал, что и при глубокой дерегуляции экономическая роль государства высока, т.к. из-за взаимосвязанности и открытости международной экономики государства должны участвовать в процессе разработки стратегий развития от лица своих экономических агентов. Традиционная экономическая политика, проводимая в границах регулируемых национальных экономик, становится все более неэффективной, потому что такие важные инструменты, как денежно-кредитная политика, ставки процента и технологические инновации, в высокой степени зависят от глобальных тенденций. В условиях новой глобальной экономики, если государства желают увеличить благосостояние и силу своих наций, они должны конкурировать на международной арене, пытаясь повысить как общую конкурентоспособность находящихся под своей юрисдикцией фирм, так и качество факторов производства на собственной территории. Дерегуляция и приватизация могут являться элементами стратегии развития отдельного государства, но их влияние на экономический рост будет зависеть от конкретных мер или стратегий позитивного вмешательства (технологическая и образовательная политика), которые обеспечивают снабжение страны информационными факторами производства. Что касается информационной глобальной экономики, то она, по мнению М. Кастельса, действительно чрезвычайно политизирована. Рыночная конкуренция более высокого уровня, проходящая в глобальном масштабе, осуществляется в условиях управляемой торговли. Быстрые технологические изменения совмещают предпринимательские инновации и продуманные государственные стратегии поддержания исследований и целевых технологий. Страны, пострадавшие от собственной идеологии, видят, как их технологическое и экономическое положение быстро ухудшается по сравнению с остальными. Таким образом, М. Кастельс считал, что формирование новой экономики, основанной на социально-экономических изменениях и технологической революции, будет в определенной степени зависеть от политических процессов, проходящих в государстве, в том числе иницилируемых им самим.

При рассмотрении процесса исторического развития новой информационной экономики открывается весьма сложная картина. Информационная экономика представляет собой отличную от индустри-

стриальной социально-экономическую систему вовсе не из-за разных источников роста производительности. В обоих случаях знания и обработка информации являются важными элементами экономического развития, как показывает, например, история научноориентированной химической промышленности или управленческая революция, породившая фордизм. Отличие состоит в окончательном использовании потенциала производительности зрелой индустриальной экономики в результате переориентации на технологическую парадигму, в основе которой лежат информационные технологии. Новая технологическая парадигма сначала изменила масштаб и динамику индустриальной экономики, создавая глобальную экономику и порождая новую волну конкуренции между как существующими, так и новыми экономическими агентами. Эта новая конкуренция, участниками которой были фирмы, но правила которой устанавливало государство, привела к серьезным технологическим изменениям процессов и продуктов, что сделало некоторые фирмы, сектора и регионы более производительными. В то же время большие сегменты экономики подверглись разрушению, и это непропорционально отразилось на фирмах, секторах, регионах и странах. Таким образом, по М.Кастельсу, чистым результатом первого этапа информационной революции явилось распространение экономического прогресса. Более того, распространение производства, основанного на знании, и управления на весь спектр экономических процессов в глобальном масштабе требует глубоких социальных, культурных и институциональных перемен, а, учитывая историю других технологических революций, это займет некоторое время. Вот почему экономика является информационной, а не просто основанной на использовании информации, поскольку культурно-институциональные черты всей социальной системы должны войти в процесс распространения и использования новой технологической парадигмы. Точно так же нельзя сказать, что индустриальная экономика просто базировалась на использовании новых источников энергии в производстве, она была связана с появлением индустриальной культуры, которая характеризовалась новым социальным и техническим разделением труда. Итак, хотя информационная/глобальная экономика отличается от индустриальной, между ними нет логических противоречий. Информационная экономика — это подмножество индустриальной. Она заключается в глубоком улучшении технологии и использовании знаний и информации во всех процессах материального производства и распределения на основании гигантского скачка вперед, в размахе и возможностях системы обращения. Другими словами, индустриальная экономика должна была либо стать информационной и глобальной, либо просто рухнуть. Примером, по мнению М.Кастельса, здесь может служить развал гипериндустриального общества — Советского Союза в силу неспособности его перейти к информационной парадигме и изоляции от международной экономики. Дополнительным аргументом в пользу вышесказанного может являться все большее расхождение путей развития стран «третьего мира» из-за разной способности стран и экономических агентов подключаться к информационным процессам и конкурировать в условиях глобальной экономики; само понятие «третий мир» этот процесс фактически лишает смысла. Итак, переход от индустриализма к информационализму не является истори-

ческим эквивалентом перехода от сельскохозяйственной к индустриальной экономике и также не может приравниваться к возникновению экономики услуг. Существуют информационное сельское хозяйство, информационное производство и информационные услуги. Изменились не виды деятельности человечества, а технологическая способность использовать в качестве прямой производительной силы то, что отличает человека от других биологических созданий, а именно способность обрабатывать и понимать символы.

М. Кастельс напоминает, что в исторический период подъема информационализма капитализм, хотя в новых, глубоко модифицированных формах, еще работает как господствующая экономическая форма. Таким образом, корпоративный характер накопления, обновленная притягательность потребительского общества являются движущими культурными формами в организациях информационализма. Вдобавок, государство и утверждение национально-культурной идентичности, как было показано, играют роль решающей силы на арене глобальной конкуренции. Семьи во всей своей сложности продолжают процветать и воспроизводиться посредством экономической конкуренции, накопления и наследования. Но, в то время, как все эти элементы, вместе взятые, кажется, объясняют культурную устойчивость обновленной капиталистической конкуренции, они не кажутся достаточно специфичными, чтобы различить нового агента такой капиталистической конкуренции — сетевое предприятие.

М. Кастельс считал, что первый раз в истории базовая единица экономической организации не есть субъект, будь он индивидуальным (таким, как предприниматель или предпринимательская семья) или коллективным (таким, как класс капиталистов, корпорация, государство). Единица есть сеть, составленная из разнообразного множества субъектов и организаций, непрестанно модифицируемых по мере того, как сети приспособляются к поддерживающим их средам и рыночным структурам. М. Кастельс попытался дать ответ на вопросы: Что связывает вместе эти сети? Являются ли они чисто инструментальными, случайными союзами? Это, может быть, и так для конкретных сетей, но сетевая форма организации должна иметь свое собственное культурное измерение. Что же тогда есть этот «этический фундамент сетевого предприятия», этот «дух информационализма»? Безусловно, он не является новой культурой в традиционном смысле системы ценностей, поскольку множественность субъектов сети и разнообразие сетей отвергает такую единую «сетевую культуру». Он не является также совокупностью институтов, поскольку мы наблюдали разное развитие сетевых предприятий в разнообразных институциональных окружениях до точки, где они формируются такими окружениями в широком диапазоне форм. Но имеется действительно общий культурный код в разнообразных устройствах сетевого предприятия. Он составлен из многих культур, многих ценностей, многих проектов, которые приходят на ум и дают сведения для выработки стратегий различных участников сетей, меняясь тем же темпом, что и участники сети, и следуя той же организационной и культурной трансформации единиц сети. Это действительно культура, но культура эфемерного, культура каждого стратегического решения, скорее лоскутное одеяло, сшитое из опыта и интересов, чем хартия прав и

обязанностей. М. Кастельс дает такое определение: Это многоликая виртуальная культура, как в визуальных переживаниях, созданных компьютерами в киберпространстве путем перестроения реальности. Но это и не фантазия, это действенная сила, поскольку она дает информацию для властных экономических решений в каждый момент жизни сети и осуществляет их. Но живет она недолго, она поступает в компьютерную память как сырой материал, состоящий из успехов и неудач прошлого. Сетевое предприятие учится жить в этой виртуальной культуре. Любая попытка кристаллизации позиций в сети, как культурного кода в конкретном времени и пространстве, приговаривает сеть к устареванию, поскольку она становится слишком жесткой для изменчивой геометрии, которой требует информационализм. «Дух информационализма» есть культура «созидательного разрушения», ускоренная до скорости оптических электронных цепей, через которые проходят ее сигналы.

М. Кастельс писал, что классическая теория постиндустриализма объединяет три утверждения и предсказания, которые должны быть аналитически разделены: 1) Источник производительности и роста находится в знании, распространяемом на все области экономической деятельности через обработку информации; 2) Экономическая деятельность смещается от производства товаров к предоставлению услуг. За сокращением сельскохозяйственной занятости следует необратимое сокращение рабочих мест в промышленном производстве в пользу рабочих мест в сфере услуг, которые, в конечном счете, должны сформировать подавляющую долю занятости. Чем более развитой является экономика, тем больше занятость и производство должны быть сосредоточены в сфере услуг; 3) В новой экономике будет расти значение профессий, связанных с высокой насыщенностью их представителей информацией и знаниями. Занятость в менеджменте, потребность в профессионалах и техниках будет расти быстрее, чем в любых других занятиях, и составит ядро новой социальной структуры. Указанные выше три взаимосвязанных утверждения укореняют теорию на уровне социальной структуры, хотя различные интерпретации должны распространить теорию постиндустриализма в ее различных версиях на сферы социальных классов, политики и культуры.

По мнению М. Кастельса, каждое из этих основных утверждений требует оговорок. В дополнение к этому, историческую связь между тремя процессами следует подвергнуть эмпирической проверке. Во-первых, знание и информация представляются действительно главными источниками производительности и роста в развитых обществах. Тем не менее, важно учесть, что теории постиндустриализма относятся к Америке первой половины XX в., к расцвету индустриальной эры. Иначе говоря, когда в самых развитых странах занятость в промышленном производстве достигла пика, рост производительности на базе знаний был чертой индустриальной экономики. Таким образом, хотя экономики конца XX в. столетия отличаются от довоенных экономик, черта, отличающая их друг от друга, не коренится прежде всего в источнике роста производительности. Соответствующее разделение проходит не между индустриальной и постиндустриальной экономиками, а между двумя формами основанного на знании промышленного и сельскохозяйственного производства и производства услуг. Наиболее явная, в исторических

терминах, разница между экономической структурой первой и второй половины XX в. заключается в революции в информационных технологиях и ее распространении во всех сферах социальной и экономической деятельности, включая и ее вклад в обеспечение инфраструктуры для формирования глобальной экономики. Поэтому М. Кастельс предлагал сместить фокус анализа от постиндустриализма (важный вопрос социального прогнозирования все еще не имеет ответа в момент его формулирования) к информационализму. В этой перспективе общества будут информациональными не потому, что они соответствуют конкретной модели социальной структуры, а потому, что они организуют свою производственную систему вокруг принципов максимизации основанной на знании производительности через развитие и распространение информационных технологий и строят предпосылки для их утилизации (в первую очередь человеческие ресурсы и коммуникационная инфраструктура).

Второй критерий, по которому общество считается постиндустриальным согласно постиндустриальной теории, касается сдвига в сторону сферы услуг и сокращения промышленного производства. Очевиден факт, что большая доля занятости в развитых экономиках приходится на сферу услуг и этот сектор вносит наибольший вклад в ВВП. Однако из этого не следует, что промышленные отрасли исчезают или что структура и динамика промышленности не оказывают влияния на экономику услуг. Многие исследователи убедительно доказали, что различные услуги зависят от прямых связей с промышленным производством и что промышленная деятельность (отличная от промышленной занятости) является критически важной для производительности и конкурентоспособности экономики. Таким образом, они утверждают, что постиндустриальная экономика есть миф и на деле мы живем в индустриальной экономике другого рода.

М. Кастельс считал, что понятие «услуга» часто считается в лучшем случае двусмысленным, а в худшем — вводящим в заблуждение. В статистике занятости оно использовалось как остаточное понятие, которое охватывает все, что не входит в сельское хозяйство, горнодобывающую промышленность, строительство, коммунальные предприятия или обрабатывающую промышленность. Таким образом, категория услуг включает деятельность всех сортов, исторически прорастающую из различных социальных структур и производственных систем. Попытки определить услуги через некоторые внутренне присущие им характеристики, такие, как их «неосвязаемость» в противоположность «материальности» товаров, были решительно лишены значения эволюцией информационной экономики. Компьютерное программное обеспечение, видеопроизводство, проектирование микроэлектроники, сельское хозяйство, основанное на биотехнологии и т.д., а также многие другие критически важные процессы, характерные для развитых экономик, неизбежно объединяют свое информационное содержание с материальной поддержкой продукта, не позволяя провести четкую границу между товарами и услугами. Чтобы понять новый тип экономики и социальной структуры, надо начать с характеристик различных типов услуг, чтобы установить четкие различия между ними. В понимании информационной экономики каждая из специфических категорий услуг



становится столь же важной отдельной статьёй, как прежние категории промышленности и услуг в предшествующем типе индустриальной экономики. По мере того как экономики становятся более сложными, мы должны диверсифицировать концепции, разбивающие на категории экономическую деятельность.

Третье главное предсказание первоначальной теории постиндустриализма относится к экспансии информационно обогащенных занятий — управленческих, профессиональных и технических, представляющих собой ядро новой профессиональной структуры. Это предсказание М. Кастельс также сопровождал оговорками. Одновременно с этой тенденцией наблюдается рост неквалифицированных занятий в сфере услуг на нижних ступенях социальной лестницы. Эти низкоквалифицированные рабочие места, несмотря на более медленные темпы роста их численности, смогут составлять существенную долю постиндустриальной социальной структуры по абсолютной численности. Иными словами, развитые информационные общества могут также характеризоваться все более поляризующейся социальной структурой, где верх и низ увеличивают свою долю за счет середины. В дополнение к этому, в литературе часто ставится под вопрос представление о том, что эрудиция, наука и экспертные знания являются определяюще важными компонентами в большинстве управленческих и профессиональных занятий. Следует более жестко и пристально взглянуть на фактическое содержание таких общих статистических классификаций, прежде чем поспешно характеризовать наше будущее как республику ученой элиты.

Однако, по М.Кастельсу, наиболее важным аргументом против упрощенной версии постиндустриализма является критика допущения, согласно которому три черты, которые он исследовал, сливаются в исторической эволюции, и эта эволюция ведет к единой модели информационного общества.

М. Кастельс выделил основные черты информационного трудового процесса, которые определяются характеристиками информационного производственного процесса. 1. Добавленная стоимость создается главным образом инновацией, как в процессах, так и в продуктах. 2. Сама инновация зависит от двух условий: исследовательского потенциала и способности к спецификации: новое знание должно быть открыто, а затем применено к специфическим задачам в данном организационном/институциональном контексте. 3. Исполнительские задачи решаются более эффективно, когда инструкции с высшего уровня можно приспособить к их специфическому применению и когда они могут создавать эффекты обратной связи в системе. Оптимальное сочетание рабочего/ машины в исполнительских задачах устанавливается для того, чтобы автоматизировать все стандартные процедуры и сохранить потенциал человека для адаптации и обратной связи. 4. Большая часть производственной деятельности имеет место в организациях. Поскольку двумя главными чертами господствующей организационной формы (сетевое предприятие) являются внутренняя приспособляемость и внешняя гибкость, двумя ключевыми особенностями трудового процесса будут: способность создать гибкий процесс выработки стратегических решений и способность достичь организационной интеграции между всеми элементами производственного процесса. 5. Информационная

технология становится основным ингредиентом описанного выше трудового процесса, ибо она: в основном определяет способность к инновации; делает возможным исправление ошибок и создание обратной связи на уровне исполнителей; обеспечивает инфраструктуру гибкости и приспособляемости в управлении производственным процессом.

Этот специфический производственный процесс вводит новое разделение труда, которое характеризует возникающую информационную парадигму. Новое разделение труда может быть понято лучше, если мы представим типологию, построенную вокруг трех измерений. Первое измерение относится к фактическим задачам, выполняемым в данном рабочем процессе. Второе измерение касается отношений между данной организацией и ее средой, включая другие организации. Третье измерение рассматривает отношение между менеджерами и работниками в данной организации или сети. М. Кастельс назвал первое измерение созданием стоимости, второе — созданием отношений и третье — принятием решений.

В терминах создания стоимости в производственном процессе, организованном вокруг информационной технологии (будь то производство товаров или предоставление услуг), можно различить следующие фундаментальные задачи и соответствующих им работников: принятие стратегических решений и планирование, производимое командирами; инновация в продуктах и процессах, создаваемая исследователями; приспособление, упаковка и нацеливание инноваций, производимое дизайнерами; управление отношениями между решениями, инновацией, дизайном и исполнением, принимающее в расчет средства, доступные организации для достижения поставленных целей, производимое интеграторами; исполнение задач по собственной инициативе и в соответствии с собственным пониманием, производимое операторами; исполнение вспомогательных, заранее запрограммированных задач, которые не были или не могут быть автоматизированы, людьми, которых М. Кастельс назвал «управляемыми» (или человеческими роботами).

Эту типологию нужно объединить с другой, относящейся к потребности и способности каждой задачи и ее исполнителя связаться с другими рабочими в реальном времени, будь то в той же самой организации или общей системе сетевого предприятия. Согласно этой способности к связи М. Кастельс различал три фундаментальные позиции: сетевики-универсалы (*networkers*), которые по собственной инициативе устанавливают связи (например, в проектных работах, проводимых совместно с другими отделами компании) и прокладывают курс сетевого предприятия; сетевики-операторы (*networked*) — люди, которые работают *on-line*, но не решают, когда, как, почему и с кем; внесетевые рабочие, привязанные к своим специфическим задачам, определенным неинтерактивными односторонними инструкциями.

Наконец, в терминах способности вносить вклад в процесс принятия решений различаются: субъекты принятия решений, которые выносят окончательные решения; участники, которые включены в процесс принятия решений; исполнители, которые исполняют решения. Эти три типологии не совпадают, и различие в области связей или в процессе принятия решений может возникать, и действительно возникает на практике, на всех уровнях структуры создания стоимости.

Сама по себе информационная технология не вызывает безработицы, считал М. Кастельс, даже если она явно сокращает затраты рабочего времени на единицу выпуска, но при информационной парадигме изменяются род рабочих мест, их количество, качество и характер выполняемой работы. Так, новая производственная система требует новой рабочей силы; те индивиды и группы, которые не способны приобрести информационную квалификацию, могут быть исключены из рабочей силы или понижены в ранге как работники. Кроме того, поскольку информационная экономика есть глобальная экономика, широко распространенная безработица концентрируется в некоторых сегментах населения и в некоторых районах и может действительно стать угрозой, если глобальную конкуренцию не ограничить и если не трансформировать «способ регулирования» отношений между трудом и капиталом.

Парефразируя К.Маркса, М.Кастельс писал, что новый «призрак» бродит по Европе (не так часто — по Америке и Японии): возникновение «безработного общества» под воздействием информационной технологии на фабриках, в офисах и в сфере услуг. Однако, писал он, как это обычно бывает с призраками в электронный век, взятые крупным планом, они кажутся скорее результатом спецэффектов, чем ужасающей реальностью. Уроки истории, текущие эмпирические свидетельства, прогнозы занятости и экономическая теория не поддерживают эти страхи в долгосрочной перспективе, невзирая на болезненность приспособления в процессе перехода к информационной парадигме. Институты и социальные организации в сфере труда, кажется, играют большую роль, чем технология, в создании рабочих мест или в их уничтожении, однако, если технология сама по себе не ведет к созданию или уничтожению рабочих мест, она глубоко трансформирует природу труда и организацию производства. Перестройка фирм и организаций, провести которую позволяют информационные технологии и которая стимулируется глобальной конкуренцией, возвещает фундаментальную трансформацию работы: индивидуализацию труда в трудовом процессе. Новые социальные и экономические организации, базирующиеся на информационной технологии, нацелены на децентрализацию менеджмента, индивидуализацию работы и формирование рынков продукции, сделанной на заказ, тем самым сегментируя работу и фрагментируя общества. Новые информационные технологии обеспечивают в одно и то же время децентрализацию рабочих задач и их координацию в интерактивной сети в реальном времени, будь то между континентами или между этажами одного и того же здания. Возникновение методов «подтянутого производства» идет рука об руку с широко распространенной деловой практикой субподрядов, внешних источников (outsourcing), оффшора, консалтинга, уменьшения размеров предприятий и работы на заказ.

В целом, по М. Кастельсу, традиционная форма работы, основанная на занятости в течение полного рабочего дня, четко очерченных профессиональных позиций и модели продвижения по ступеням карьеры на протяжении жизненного цикла медленно, но верно размывается.

Интересно рассуждает М. Кастельс о культурных трансформациях в истории человечества. Приблизительно за 700 лет до Рождества Хрис-

това в Греции было сделано решающее изобретение — алфавит. Эта концептуальная технология стала основой развития западной философии и науки в том виде, какими мы их знаем сегодня. Она позволила преодолеть разрыв между устной речью и языком, отделив сказанное от говорящего и сделав возможным концептуальный дискурс. Этот исторический поворотный пункт был подготовлен тремя тысячелетиями эволюции устной традиции и неалфавитных форм коммуникации. Правда, широкое распространение грамотности началось только много столетий спустя, после изобретения и распространения печатного станка и производства бумаги. Тем не менее, именно алфавит создал на Западе ментальную инфраструктуру для кумулятивной, основанной на знаниях коммуникации. Однако новый алфавитный порядок, делая возможным рациональные рассуждения, отделил письменное общение от аудиовизуальной системы символов и восприятий, столь важной для всестороннего развития человеческой мысли. За опору, которую получила человеческая практика в письменном дискурсе, пришлось заплатить, воздвигнув, эксплицитно и имплицитно, социальную иерархию между письменной культурой и аудиовизуальным выражением. Мир звуков и изображений был отодвинут на задний план, в искусства, имеющие дело с личной сферой эмоций и общественным миром литургии. Конечно, в XX в. аудиовизуальная культура взяла исторический реванш, сначала в кинофильмах и радиовещании, затем в телевидении, преодолев влияние письменной коммуникации в сердцах и душах большинства людей. И в самом деле, за раздраженными жалобами интеллектуалов на телевидение, до сих пор господствующими в социальной критике электронных масс-медиа, скрывается расхождение между благородной алфавитной и чувственной, нерелективной коммуникацией.

Технологическая трансформация меньших исторических масштабов состоялась 2700 лет спустя. Она воплощается в интеграции различных способов коммуникации в интерактивные информационные сети. Иными словами, формируются супертекст и метаязык, впервые в истории объединяя в одной и той же системе письменные, устные и аудиовизуальные способы человеческой коммуникации. Различные измерения человеческого духа объединяются в новом взаимодействии между обоими полушариями мозга, машинами и социальными контекстами. При всей научно-фантастической идеологии и коммерческой рекламе, окружающих возникновение так называемого информационного суперхайвея, вряд ли стоит недооценивать его значение. Потенциальная интеграция в одной и той же системе текстов, изображений и звуков, взаимодействующих из множества различных точек, в избранное время (в режиме реального времени или с запаздыванием), в глобальной сети и в условиях открытого и недорогого доступа, фундаментально меняет характер коммуникации. А коммуникация определяет формирование культуры. Поскольку культура вводится и передается посредством коммуникации, сами культуры, т. е. наши исторически построенные системы верований и кодов под влиянием новой технологической системы подвергаются фундаментальному преобразованию — с течением времени все больше и больше. Появление новой системы электронной коммуникации характеризуется ее глобальными масштабами, интегрированием всех масс-медиа, и ее потенциальная интерактив-

ность уже меняет нашу культуру и изменит ее необратимо. М. Кастельс утверждал, что под мощным воздействием новой коммуникационной системы, опосредованным социальными интересами, политикой правительств и стратегиями бизнеса, рождается новая культура: культура реальной виртуальности.

Распространение телевидения после окончания второй мировой войны, по М. Кастельсу, создало новую «галактику коммуникаций». Другие масс-медиа были реструктурированы и реорганизованы в систему, сердце которой представляло телевидение. Радио потеряло свою центральную роль, но выиграло в повсеместном распространении и гибкости, приспособляя методы и темы передач к повседневной жизни людей. Фильмы трансформировались таким образом, чтобы подходить телевизионной аудитории (за исключением субсидируемых правительством культурных программ и шоу со специальными эффектами, требующими большого экрана). Газеты и журналы стали специализироваться, углубляя свое содержание или ориентируясь на целевые аудитории, в то же время заботясь о поставке стратегической информации доминирующему средству коммуникации — телевидению. Что же до книг, они остались книгами, хотя во многих из них чувствовалось бессознательное желание авторов превратить их в телевизионные сценарии; списки бестселлеров скоро пополнились названиями, относящимися к телевизионным персонажам или популярным на ТВ темам. Причина, по которой телевидение стало основным видом коммуникации, и поныне остается предметом жаростных дебатов среди ученых и критиков. Правдоподобным объяснением представляется гипотеза У. Рассела Неймана, которую М. Кастельс перефразировал следующим образом: успех телевидения есть следствие базового инстинкта ленивой аудитории. М. Кастельс был склонен видеть корни такой логики поведения не в человеческой природе, а в притягательности домашнего уюта после долгих дней напряженного повседневного труда и в недостатке альтернатив личного и культурного включения в общение. Тем не менее, при данных социальных условиях жизни в наших обществах синдром минимальных усилий, который связывают с телевизионной коммуникацией, мог бы объяснить быстроту и широту распространения ТВ, как коммуникационного средства, едва только оно вышло на историческую арену.

Систему, в которой доминирует телевидение, можно характеризовать как систему массовой информации. Одно и то же сообщение передается от немногих централизованных передатчиков миллионам телезрителей. Таким образом, содержание и форма сообщений приводятся к наименьшему общему знаменателю.

Ключевая проблема, писал в 90-х гг. XX ст. М. Кастельс, состоит в том, что на данный момент масс-медиа представляют собой одностороннюю коммуникационную систему; поэтому реального процесса коммуникации как взаимодействия передающей и получающей стороны при интерпретации сообщения нет. При этом, эмпирические исследования показывают, что масс-медиа не являются независимыми переменными, формирующими поведение. Их сообщения, эксплицитные или влияющие на подсознание, перерабатываются индивидами, помещенными в специфические социальные условия, видоизменяющими тем самым подразумеваемый эффект сообщения. Но масс-медиа,

особенно аудиовизуальные, действительно представляют собой в нашей культуре основной материал коммуникационных процессов. Мы живем в среде масс-медиа, и из них приходит большинство наших символических стимулов. Реальная власть телевидения, как утверждали также У. Эко и Н. Постмен, в том, что оно подготавливает сцену для всех процессов, информация о которых должна сообщаться обществу в целом, от политики до бизнеса, спорта и искусства. Телевидение структурирует (frames) язык социальных коммуникаций. Если компании, несмотря на обоснованные сомнения в реальном прямом влиянии рекламы на продажи, продолжают тратить на нее миллиарды, это может происходить потому, что отказаться от телевизионной рекламы известной марки для рекламодателей обычно означает признать свое поражение от конкурентов, не прекращающих рекламу. Хотя влияние телевидения на политический выбор весьма разнообразно, политика и политики, не имеющие выхода на телевидение в развитых обществах, просто не имеют шанса получить поддержку населения, поскольку люди получают информацию из масс-медиа, где телевидение занимает ведущее место. Социальное влияние телевидения носит бинарный характер: быть или не быть. Раз сообщение попало на телевидение, оно может быть изменено, трансформировано, даже извращено. Но в обществе, организованном вокруг масс-медиа, существование сообщений за их пределами ограничено сетями межличностного общения, исчезая из коллективного сознания. Однако цена за появление сообщения на телевидении — не просто деньги или власть. Сообщение становится частью мультисемантического текста, синтаксис которого является крайне расплывчатым. Поскольку контекст восприятия контролируется и хорошо знаком получателю, все сообщения абсорбируются в уютном образе дома или квазидомашних ситуаций. Эта нормализация сообщений, где жестокие образы реальной войны воспринимаются почти как кадры художественного фильма, имеет один фундаментальный эффект: приведение всего содержания к набору образов, имеющих у каждого человека. Таким образом, являясь символической тканью нашей жизни, масс-медиа воздействуют на сознание и поведение так же, как реальный опыт воздействует на сны, поставляя сырой материал, над которым работает наш мозг. Похоже, что мир визуальных грез (информация/развлечения, предоставляемые телевидением) возвращает нашему сознанию власть выбирать, комбинировать изображения и звуки, которые мы создали через нашу коллективную практику или индивидуальные предпочтения. Это система обратной связи между кривыми зеркалами: масс-медиа есть выражение нашей культуры, а наша культура работает главным образом через материалы, поставляемые масс-медиа.

Таким образом, делая вывод М.Кастельс, ввиду разнообразия средств и возможности нацеливаться на аудиторию можно сказать, что в новой системе масс-медиа сообщение есть средство, т. е. особенности сообщения будут формировать особенности средства. Например, если насыщение музыкальной среды подростков есть сообщение (и весьма эксплицитное), то музыкальное ТВ будет выстраиваться в соответствии с ритуалами и языком данной аудитории не только в отношении содержания, но и во всей организации вещательной станции, в технологии и дизайне производства/вещания. Или, скажем, круглосуточная все-

мирная служба новостей потребует специфической организации, программирования и вещания, например, прогнозов погоды в глобальном и континентальном масштабе. В этом и состоит настоящее и будущее телевидения: децентрализация, диверсификация и штучная работа на конкретный заказ. В более широких рамках маклюэновского языка, сообщение средства (еще работающего как таковое) формирует разные средства для разных сообщений.

Однако, считал М.Кастельс, диверсификация сообщений и выражений масс-медиа не означает потери контроля над телевидением со стороны крупных корпораций и правительств. Непосредственный результат всей конкуренции и концентрации в бизнесе состоит в том, что в то время как аудитория сегментируется и диверсифицируется, телевидение становится более коммерциализованным, чем когда-либо, и на глобальном уровне все более олигополистическим. Если рассмотреть основные семантические формулы большинства популярных программ в целом, окажется, что фактическое содержание большинства программ не слишком разнится от одной сети к другой. Тем не менее, тот факт, что не каждый смотрит одно и то же в одно и то же время, и что каждая культура и социальная группа имеет особые отношения с системой масс-медиа, составляет фундаментальное различие vis-a-vis старой системы стандартизованных масс-медиа. Кроме того, широко распространенная практика «серфинга» (одновременного слежения за несколькими программами) вводит в жизнь создание аудиторией своей собственной визуальной мозаики. Хотя масс-медиа действительно стали глобально взаимосвязанными, а программы и сообщения циркулируют в глобальной сети, мы живем не в глобальной деревне, но в построенных по заказу коттеджах, производящихся глобально, а распределяемых локально.

Однако из-за условий контроля со стороны корпораций и институтов диверсификация масс-медиа не преобразовала однонаправленную логику их вещания и не позволила установить подлинную обратную связь, за исключением самой примитивной формы выяснения реакции рынка. Хотя аудитория получала все больше и больше разнообразного информационного сырья, из которого каждый человек мог конструировать собственный образ вселенной, «галактика Маклюэна» была миром однонаправленной коммуникации, а не взаимодействия. Она была — и все еще остается — массовым производством, где в области символов царит индустриальная логика. М. Кастельс считает, что она не смогла выразить культуру информационной эпохи. Обработка информации выходит далеко за пределы однонаправленной коммуникации. Чтобы освободиться от экрана, телевидению понадобился компьютер. Но объединение телевидения с компьютерами, имеющее громадные потенциальные последствия для общества в целом, потребовало долгих обходных маневров, поскольку компьютеры, прежде чем научиться говорить с телевидением, должны были научиться говорить между собой. Только тогда аудитория смогла сказать свое слово. Новая эпоха наступила с приходом интернета.

Компьютерная коммуникация — слишком недавнее явление, и круг охваченных ею людей был ко времени написания книги М. Кастельса (1995 г.) слишком узок, чтобы она стала объектом строгих и достоверных исследований. Кроме того, технология меняется так

быстро, а компьютерная коммуникация расширяется такими темпами, отмечал М. Кастельс, что большинство имеющихся исследований 1980-х годов едва ли применимо к социальным трендам 1990-х, т. е. именно того исторического момента, когда новая коммуникационная культура принимает определенную форму. Прежде всего, писал он, компьютерная коммуникация не есть всеобщее средство коммуникации и не будет таковым в обозримом будущем. Хотя ее использование расширяется феноменальными темпами, она, в отличие от телевидения и других масс-медиа, еще долго не сможет охватить большинство человечества. М. Кастельс считал, что использование интерактивной коммуникации в мультимедиа-системах станет, вероятно, доступным, в крайне упрощенных версиях, для большей части населения во многих странах. Но, писал он, компьютерная коммуникация как таковая останется принадлежностью образованной части населения наиболее развитых стран, насчитывающей десятки миллионов людей, но в глобальном масштабе остающейся элитой. Таким образом, компьютерная коммуникация начала свой путь в качестве средства коммуникации для образованного и процветающего сегмента населения самых образованных и зажиточных стран, чаще всего в больших, наиболее высокоразвитых метрополисах. Ясно, что в ближайшем будущем использование компьютерной коммуникации расширится, особенно через систему образования, и охватит существенную долю населения индустриального мира; она перестанет быть исключительно элитным феноменом, хотя и охватит намного меньше людей, чем масс-медиа. Однако тот факт, что она распространяется последовательными волнами, начиная с культурной элиты, означает, что она будет формировать коммуникационные привычки через привычки пользователей первой волны. Сегодня последние утверждения М. Кастельса звучат спорно.

Компьютерная коммуникация все больше приобретает критическую важность в формировании будущей культуры. Элиты, которые дали ей форму, получают структурные преимущества в возникающем теперь обществе. Таким образом, хотя компьютеры поистине революционизировали процесс коммуникации, а через него — культуру в целом, эта революция распространяется концентрическими кругами, начинаясь на высоком уровне образования и богатства, но оставаясь, вероятно, неспособной охватить необразованные массы и бедные страны.

Кроме выполнения профессиональных задач, компьютерная коммуникация уже охватывает всю сферу социальной активности. В то время как средние потребители никогда не любили заочные банковские операции (пока их не заставили включиться в них против воли), а телемагазины зависят от грядущего расцвета виртуальной реальности в мультимедиа, взрывное развитие персональных коммуникаций происходит через электронную почту, e-mail — самый частый вариант пользования компьютерной коммуникацией за пределами рабочего места. На деле ее широкое распространение заменяет не межличностную коммуникацию, но телефонные разговоры, поскольку автоответчики и магнитофонные голоса в сфере услуг воздвигли коммуникационный барьер, делающий e-mail наилучшей альтернативой непосредственному общению в избранное время. Компьютерный секс — другая крупная область использования компьютерных коммуникаций, и она быстро



расширяется. Хотя имеется быстро растущий коммерческий рынок компьютеризированной сексуальной стимуляции, все более связанной с технологией виртуальной реальности, компьютерный секс состоит по большей части из разговоров либо по специализированным «доскам объявлений», либо когда люди спонтанно отвлекаются от обычных разговоров. Боясь заражения и агрессивности при личном общении, люди ищут альтернативы для выражения своей сексуальности, и в нашей культуре символическая сверхстимуляция в компьютерной коммуникации безусловно открывает дорогу сексуальным фантазиям, особенно поскольку взаимодействие не визуально и идентичность участника можно скрыть. Политика, по М. Кастельсу, также растущая сфера использования компьютерной коммуникации. С одной стороны, электронная почта используется для массового распространения направленной политической пропаганды с возможностью взаимообщения. С другой стороны, демократия на местах обогащается через эксперименты в области электронного участия граждан в политической жизни.

За обычным социальным взаимообщением и инструментальным использованием компьютерной коммуникации исследователи обнаружили феномен формирования виртуальных сообществ. Такие сообщества могут быть относительно формализованы, как в случае конференций или системы «досок объявлений», либо спонтанно формироваться социальными сетями, которые подключаются к компьютерной сети, чтобы посылать и получать сообщения в избранной структуре времени (в отложенном или в реальном времени). Еще неясно, как много социального общения действительно имеет место в таких электронных сетях и каковы культурные эффекты такой формы общения. Однако одну черту М. Кастельс посчитал нужным отметить: такие сети, с точки зрения участников, эфемерны. В то время как данная конференция или «доска объявлений» вокруг ядра преданных делу любителей может жить долго, большинство вкладов во взаимодействие являються спорадическими, большинство людей входят в сети и выходят из них, когда их интересы меняются или ожидания остаются неосуществленными. М. Кастельс выдвинул гипотезу, что в таких виртуальных сообществах «живут» две очень разные популяции: малое меньшинство жителей электронной деревни, «первопоселенцев электронного пограничья», и бродячая толпа, для которой случайные вылазки в различные сети равносильны исследованию нескольких, хотя и эфемерных, существований.

М. Кастельс считал, что для большинства населения всех стран за пределами рабочего места использование компьютерной коммуникации будет все больше переплетено с новым миром коммуникаций, связанным с возникновением мультимедиа. Во второй половине 1990-х годов из слияния глобализованных и ориентированных на индивидуальные заказы масс-медиа и компьютерной коммуникации начала формироваться новая электронная коммуникационная система. Новая система характеризуется интеграцией различных средств и своим интерактивным потенциалом. Мультимедиа распространяет область электронных коммуникаций на все сферы жизни. К середине 1990-х годов правительства и компании всего мира включились в гонку, чтобы занять позиции в формировании новой системы, которая рассматривалась как орудие власти, потенциальный источник гигантских прибылей и символ супер-

современности. Однако новую мультимедиа систему формирует бизнес, а не правительства. Благодаря технологическому слиянию компьютеров, телекоммуникаций и масс-медиа во всех модальностях, формируются и распадаются гигантские глобальные и региональные консорциумы. Телефонные компании, кабельные телестанции, спутниковое телевидение конкурируют и объединяются, стремясь минимизировать риск на новом рынке.

Формирование виртуальных сообществ есть только одно из проявлений дифференциации; во-вторых, ростом социальной стратификации среди пользователей. Выбор мультимедиа будет ограничен не только людьми, имеющими время и деньги для доступа, и странами с достаточным рыночным потенциалом; решающими в использовании взаимодействия для блага каждого пользователя будут культурные/образовательные различия. Информация о том, куда смотреть, и знание о том, как использовать сообщение, будут существенны для подлинного восприятия системы, отличной от стандартно настроенных масс-медиа. Таким образом, мир мультимедиа будет населен двумя различными популяциями: взаимодействующей и включенной во взаимодействие, т. е. теми, кто способен выбирать свои мультинаправленные цепи коммуникации, и теми, кого будут снабжать ограниченным количеством заранее «упакованных» вариантов выбора. И ответ на вопрос «кто есть кто» будет определяться главным образом классом, расой, полом и страной. Унифицирующая культурная власть массового телевидения (от которой в прошлом уклонялась только маленькая культурная элита) заменяется теперь социально стратифицированной дифференциацией, ведущей к сосуществованию культуры настроенных масс-медиа и интерактивной электронной коммуникационной сети общин, которые сами выбирают себя на эти роли; в-третьих, коммуникация всех видов сообщений в одной и той же системе, даже если система интерактивна и селективна (в сущности, именно благодаря этому), индуцирует интеграцию всех видов сообщений в общей когнитивной структуре. Прием аудиовизуальных новостей, образовательных передач и шоу на одном и том же средстве — это еще один шаг к смешению содержания, которое уже имеет место в массовом телевидении. С точки зрения средства различные виды коммуникации склонны заимствовать принципы друг у друга: интерактивные образовательные программы выглядят как видеоигры; выпуски новостей строятся как аудиовизуальные шоу; судебные процессы транслируются как «мыльные оперы»; поп-музыка пишется для ТВ; спортивные игры ставятся хореографами для зрителей, находящихся на расстоянии, так, что передачи становятся все менее и менее различимыми от фильмов в стиле action; и т. д. С точки зрения пользователя (и как отправителя, и как получателя в интерактивной системе), выбор разных сообщений в одной и той же коммуникационной форме при легком переключении с одного на другое сокращает ментальное расстояние между различными источниками когнитивной и сенсорной включенности. Проблема не в том, что средство есть сообщение: сообщения есть сообщения. И поскольку они сохраняют свои отличительные черты как сообщения, в то же время будучи смешаны в символическом коммуникационном процессе, их коды сливаются в

этом процессе, создавая многоликий символический контекст, возникающий из случайной смеси различных значений.

Наконец, быть может, самая важная черта мультимедиа состоит в том, что они охватывают в своей сфере большинство видов культурного выражения во всем их разнообразии. Их пришествие равносильно концу разделения, даже различия между аудиовизуальными средствами и печатными масс-медиа, общедоступной и высокой культурой, развлечениями и информацией, образованием и пропагандой. Все проявления культуры, от худших до лучших, от самых элитных до самых популярных, соединяются в этой цифровой вселенной, которая связывает в гигантском историческом супертексте прошлые, настоящие и будущие проявления коммуникативной мысли. Делая это, они строят новую символическую среду. Они делают виртуальность нашей реальностью.

Культуры созданы из коммуникационных процессов. А все формы коммуникации, по Р. Барту и Ж. Бодрийяру, основаны на производстве и потреблении знаков. Таким образом, писал М. Кастельс, не существует разделения между реальностью и символическим отображением. Во всех обществах человечество существовало в символической среде и действовало через нее. Поэтому исторически специфичным в новой коммуникационной системе, организованной вокруг электронной интеграции всех видов коммуникации, от типографского до мультисенсорного, является не формирование виртуальной реальности, а строительство реальной виртуальности. Так, когда критики электронных масс-медиа утверждают, что новая символическая среда не отражает реальность, они подсознательно ссылаются на примитивное до абсурда понятие «некодированного» реального опыта, который никогда не существовал. Все реальности передаются через символы. И в человеческой, интерактивной коммуникации независимо от средств все символы несколько смещены отсылительно назначенного им символического значения. В некотором смысле вся реальность воспринимается виртуально.

Что же представляет собой тогда коммуникационная система, которая в противоположность историческому опыту прошлого создает реальную виртуальность? Это — система, в которой сама реальность (т. е. материальное/символическое существование людей) полностью схвачена, полностью погружена в виртуальные образы, в выдуманный мир, мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране, через который передается опыт, но сами становятся опытом. Все сообщения всех видов заключены в средстве, ибо средство стало настолько всеобъемлющим, настолько разнообразным, настолько послушным, что абсорбирует в одном и том же мультимедиа-тексте целостность человеческого опыта.

Что характеризует новую систему коммуникаций, основанную на цифровой, сетевой интеграции множества видов коммуникации, — то это ее включение и охват ею всех проявлений культуры. Благодаря ее существованию, все виды сообщений в обществе нового типа работают в бинарном режиме: присутствие или отсутствие в коммуникационной мультимедиа-системе. Только присутствие в этой интегрированной системе позволяет передать и социализовать сообщение. Все прочие сообщения сведены к индивидуальному воображению или ко все более маргинализирующимся субкультурам, где господствуют личные контакты.

С точки зрения общества, коммуникация на электронной основе (типографская, аудиовизуальная или компьютерная) и есть коммуникация. Однако, по М. Кастельсу, из этого не следует, что идет процесс гомогенизации проявлений культуры и полное господство над кодами со стороны нескольких отправителей, занимающих центральное положение. Именно из-за диверсифицированности, мультимодальности и неустойчивости новой коммуникационной системы она способна охватывать и интегрировать все формы выражения, так же как и разнообразие интересов, ценностей и воображения, включая и выражение социальных конфликтов. Но цена включения в систему — это адаптация к ее логике, к ее языку, к ее точкам входа, к ее кодированию и декодированию. Вот почему для различных видов социальных эффектов критически важно, чтобы развивалась многоузловая, горизонтальная сеть коммуникаций типа интернета вместо мультимедиа-системы с центральной диспетчерской, как в конфигурации «видео по заказу». Возведение барьеров на пути входа в эту коммуникационную систему и создание паролей для циркуляции и распространения сообщений через систему есть решающие события культурной борьбы за новое общество, результаты которой предопределяют судьбу символически опосредованных конфликтов, которые разразятся в новой исторической среде. Кто взаимодействует и кто включен во взаимодействие в новой системе и определит в основном систему господства и процессы освобождения в информациональном обществе.

Включение большинства культурных выражений в интегрированную коммуникационную систему, коренящуюся в цифровом электронном производстве, распределении и обмене сигналами, имеет важные последствия для социальных форм и процессов. С одной стороны, оно значительно ослабляет символическую власть традиционных отправителей сообщений, внешних по отношению к системе; власть, передаваемую через исторически закодированные социальные привычки: религию, мораль, авторитет, традиционные ценности, политическую идеологию. Они не то чтобы исчезают, но слабеют, если не кодируют себя вновь в новой системе, где их власть умножается электронной материализацией духовно передаваемых привычек: электронные проповеди и интерактивные фундаменталистские сети есть более эффективная, более «въедливая» форма индоктринации в наших обществах, чем воздействие отдаленного харизматического авторитета при личных контактах. Однако, допустив земное сосуществование трансцендентальных проповедей, порнографии по заказу, «мыльных опер» и чат-линий, высшие духовные власти еще завоевывают души, но теряют свой общечеловеческий статус. За этим следует конечный этап секуляризации общества, даже если он иногда принимает парадоксальную форму видимого потребления религии под любыми вероисповедными и торговыми марками. Общества окончательно и воистину разочарованы, поскольку все чудеса -online, и их можно соединять в самостоятельно построенные образные миры. С другой стороны, новая коммуникационная система радикально трансформирует пространство и время, фундаментальные измерения человеческой жизни. Местности лишаются своего культурного, исторического, географического значения и реинтегрируются в функциональные сети или в образные коллажи, вызывая к жизни пространство потоков, за-

меняющее пространство мест. Время стирается в новой коммуникационной системе: прошлое, настоящее и будущее можно программировать так, чтобы они взаимодействовали друг с другом в одном и том же общении. Материальный фундамент новой культуры есть пространство потоков и вневременное время. Эта культура перекрывает и включает разнообразие передававшихся в истории систем отображения; это культура реальной виртуальности, где выдуманный мир есть выдумка в процессе своего создания. Развитие электронных коммуникационных и информационных систем позволяет все более уменьшать зависимость между пространственной близостью и выполнением функций повседневной жизни: работой, покупками, развлечениями, заботой о здоровье, образованием, коммунальными услугами, надзором за детьми и т.п. Поскольку города лишаются своей функциональной необходимости, футурологи соответственно часто предсказывают закат города или, по крайней мере, города в том виде, в котором мы знали его до сих пор. Однако, как показывает история, процессы пространственной трансформации, конечно, намного сложнее.

Информационная эпоха возвещает новую городскую форму — информационный город. Однако, как и в индустриальную эру, несмотря на чрезвычайное разнообразие культурных и физических контекстов, в транскультурном развитии информационного города имеются общие фундаментальные черты. М. Кастельс считал, что благодаря природе нового общества, основанного на знании, организованного вокруг сетей и частично созданного из потоков, информационный город является не формой, но процессом, процессом, который характеризуется структурным доминированием пространства потоков.

В настоящее время организационные, технологические и культурные процессы, характеризующие новое, возникающее общество, решительно подрывают этот упорядоченный жизненный цикл, не заменяя его альтернативной последовательностью. М. Кастельс предлагал следующую гипотезу: сетевое общество характеризуется уничтожением ритмичности, как биологической, так и социальной, связанной с понятием жизненного цикла. Одна из причин — изменение хронологии рабочего времени. Но гораздо более важным обстоятельством является возрастающая способность контролировать в очевидных пределах воспроизводство особей нашего вида и среднюю продолжительность жизни его индивидов. Если некогда старость рассматривалась как однородная последняя ступень жизни, на которой фактически доминировала «социальная смерть», то сейчас она стала весьма многообразным миром, состоящим из ранних пенсионеров, «средних» пенсионеров, дееспособных пожилых людей и пожилых людей с различными степенями и формами недееспособности. Это ведет к конечному размыванию биологического основания понятия жизненного цикла — шестидесятилетние родители младенцев; дети от разных браков, рожденные с разницей в 30 лет, у которых нет средних по возрасту братьев и сестер; мужчины и женщины любого возраста, решившие обзавестись потомством, с созданием пары или без; бабушки, дающие жизнь ребенку, зачатому из яйцеклетки своих дочерей; дети, рожденные после смерти родителей; и все возрастающий разрыв между социальными институтами и репродуктивными практиками. Прямым следствием является другая форма уничтожения

времени, человеческого биологического времени, временного ритма, регулировавшего наш вид с момента его возникновения. Независимо от нашего желания человечество, возможно, должно будет жить без часов, которые указывали нашим родителям время, когда им предназначалось зачать нас, и которые указывали нам, когда и как передавать (и передавать ли) свою жизнь нашим детям. Последовательный биологический ритм был заменен моментом экзистенциального решения.

При рассмотрении социальной структуры нового общества М. Кастельс противопоставляет социум и личность, причем, по его мнению, это противостояние будет только увеличиваться с развитием информационного общества. Т.е. современные общества будут структурироваться вокруг противостояния сетевых систем и личности. При этом глобализация экономики, сети, культура виртуальной реальности, развитие технологий, приведут к нарастанию самобытности. По М. Кастельсу, в информационном обществе исключительная роль будет принадлежать социальным движениям: религиозным, феминистским, экологическим, многим другим.

По М. Кастельсу, новое общество возникает, когда (и если) наблюдается структурная реорганизация в производственных отношениях, отношениях власти и отношениях опыта. Эти преобразования приводят к одинаково значительным модификациям общественных форм пространства и времени и к возникновению новой культуры. Какие же преобразования наступили? Производственные отношения были преобразованы как социально, так и технически. Несомненно, они остались капиталистическими, но это исторически иной вид капитализма, который он назвал информациональным капитализмом. Для большей ясности М. Кастельс последовательно рассмотрел новые характеристики производственного процесса, труда и капитала. Производительность и конкурентоспособность являются определяющими процессами информационной/глобальной экономики. Производительность, по существу, есть производная от инновации, а конкурентоспособность — от гибкости. Таким образом, фирмы, регионы, страны, экономические единицы всех видов приводят свои производственные отношения к увеличению инноваций и гибкости. Информационная технология и культурная возможность ее использования имеют существенное значение для осуществления новых производственных функций. Кроме того, новый вид организации и управления, нацеленный на одновременные адаптивность и координацию, становится базисом для самой эффективной системы управления, являясь примером того, что М. Кастельс обозначил как сетевое предприятие. В этой новой системе производства труд переопределен в своей роли производителя и резко дифференцирован в соответствии с характеристиками рабочих. Понятие образования должно быть определено посредством навыков. Навыки могут быстро стать устаревшими в связи с технологическими и организационными изменениями. Образование (как нечто отличное от воспитания детей и студентов) — это процесс, посредством которого люди (т. е. рабочая сила) приобретают способность постоянно изменять необходимые навыки для данной задачи и обращаться к источникам для обучения этим навыкам. Всякий получающий образование в адекватном организационном климате может перепрограммировать себя в

соответствии с бесконечно изменяющимися задачами процесса производства. Гибкость, организационно воплощаемая сетевым предпринятием, требует существования как сетевиков и людей, работающих по гибкому графику, так и широкого набора трудовых институтов, включающих самозанятость и взаимный субподряд. Изменчивая геометрия этих трудовых институтов приводит к координированной децентрализации работы и индивидуализации труда.

Информационная/глобальная экономика является капиталистической, фактически более капиталистической, чем любая другая экономика в истории. Но капитал в этой новой экономике так же трансформирован, как и труд. Законом по-прежнему является производство ради прибыли и для частного присвоения прибыли на основании прав собственности — это сущность капитализма. Кто является капиталистом? М. Кастельс считал, что при ответе на этот фундаментальный вопрос должны быть рассмотрены три различных уровня. Только третий уровень является специфическим для информационного капитализма. Первый уровень связан с держателями прав собственности. Существует в основном три вида держателей: а) акционеры компаний, группа, в которой институциональные, анонимные держатели акций являются преобладающими и чьи решения по вложению и отзыву средств часто определяются только краткосрочными финансовыми соображениями; б) собственники семейных предприятий, до сих пор значимая категория капиталистов, особенно в Азиатско-Тихоокеанском регионе; в) индивидуальные предприниматели, владельцы собственных средств производства (главным активом которых являются их мозги), несущие предпринимательский риск субъекты (risk-takers) и хозяева собственного дела. Эта последняя категория, которая играла фундаментальную роль в происхождении индустриального капитализма, а затем в значительной степени была вытеснена корпоративным индустриализмом, впечатляющим образом вернулась при информациональном капитализме, используя значимость инноваций и гибкости как неотъемлемых характеристик новой системы производства. Второй уровень категорий капиталистов относится к менеджериальному классу, т. е. к распорядителям производственными фондами от имени акционеров. Эти менеджеры по-прежнему образуют сердцевину капитализма при информационализме, особенно в мультинациональных корпорациях. М. Кастельс считал, что в их число надо включить менеджеров государственных компаний, которые для достижения всех практических целей следуют той же логике и принадлежат к одной и той же культуре, за исключением риска потерь, перекладываемых на плечи налогоплательщиков. Третий уровень процесса присвоения прибыли капиталом является одновременно и старой формой, и фундаментальной особенностью нового информационного капитализма. Причина лежит в природе глобальных финансовых рынков. Именно на этих рынках прибыли из всех источников в конце концов объединяются в поиске более высоких прибылей. Действительно, величина прибыли, получаемая на фондовом рынке, рынке облигаций, валютном рынке, рынках фьючерсов, опционов и производных финансовых инструментов, на финансовых рынках вообще, в среднем значительно выше, чем для большинства прямых инвестиций, за исключением нескольких случаев спекулятивного характера.

Это происходит не вследствие природы финансового капитала, старейшей формы капитала в истории, но благодаря технологическим условиям, при которых он функционирует в информационализме, — аннигиляции им пространства и времени посредством электронных средств. Его технологическая и информационная способность неустанно сканировать всю планету в поисках инвестиционных возможностей и двигаться от одного способа размещения к другому в течение нескольких секунд приводит капитал в постоянное движение, объединяя в этом движении капитал из всех видов источников, как, например, в случае инвестиций взаимных фондов. Способность моделей управления финансами к программированию и прогнозированию делает возможным «колонизовать» будущее и его возможные альтернативные сценарии, продавая этот «иллюзорное имущество» («unreal estate») как права собственности на нематериальное. Таким образом, глобальные финансовые рынки и их управленческие сети суть реальный коллективный капиталист. Фирмы всех видов, финансовые производители, промышленные производители, сельскохозяйственные производители, производители услуг, а также правительства и общественные организации используют глобальные финансовые сети как депозитарии своих доходов и как потенциальный источник более высоких прибылей. Именно в этой специфической форме глобальные финансовые сети являются нервным центром информационального капитализма. Их поведение определяет ценность акций, облигаций и валют, принося горе или радость вкладчикам, инвесторам, фирмам и государствам. Но это поведение не следует логике рынка. Рынок перекошен, манипулируется и трансформируется комбинацией осуществляемых с помощью компьютера стратегических маневров, психологией толпы поликультурного происхождения и непредвиденными возмущениями, вызванными все более и более высокими степенями сложности идущего в мировом масштабе взаимодействия между потоками капитала. В то время как передовые экономисты пытаются смоделировать это поведение рынка на основе теории игр, писал М. Кастельс, результаты их героических усилий по построению прогнозов на основе гипотезы рациональных ожиданий немедленно загружаются в компьютеры финансовых мудрецов для получения с помощью этого знания нового конкурентного преимущества путем использования новых вариантов распределения инвестиций.

Последствия этих процессов для взаимоотношений социальных классов столь же глубоки, сколь и сложны. Новая система характеризуется тенденцией возрастания социального неравенства и поляризации, а именно одновременного роста верхушки и дна социальной шкалы. Этот процесс является результатом трех явлений: а) фундаментальной дифференциации между самопрограммируемым высокопроизводительным трудом и родовым заменимым трудом; б) индивидуализации труда, которая подрывает его коллективную организацию, таким образом оставляя слабейшие сегменты рабочей силы своей судьбе; и в) влияния индивидуализации труда, глобализации экономики и делегитимизации государства, постепенной гибели государства всеобщего благосостояния, лишаящей спасательного круга тех людей, которые не могут преуспеть самостоятельно. Эта тенденция к неравенству и поляризации, безусловно, не является неизбежной: она может быть просчитана и



предотвращена целенаправленной государственной политикой. Но неравенство и поляризация предписаны динамикой информационного капитализма и будут доминировать до тех пор, пока для преодоления этих тенденций не будут предприняты сознательные действия.

Механизм присвоения экономического излишка стал гораздо более сложен, как считал М. Кастельс. Во-первых, отношения найма имеют тенденцию к индивидуализации, под этим подразумевается, что каждый производитель будет получать отдельное задание. Во-вторых, возрастающая доля производителей контролирует свой рабочий процесс и входит в специфические горизонтальные рабочие отношения. Таким образом, в большой степени они становятся независимыми производителями, подчиненными силам рынка, но реализующими собственные рыночные стратегии. В-третьих, их доходы часто направляются в вихрь глобальных финансовых рынков, насыщаемых именно богатой частью мирового населения; таким образом, они также являются коллективными собственниками коллективного капитала, становясь зависимыми от деятельности рынков капитала. При этих условиях уже с трудом можно полагать, что существует классовое противоречие между этими сетями высокоиндивидуализированных производителей и коллективным капиталистом глобальных финансовых сетей. Без сомнения, со стороны всякого, кто отвечает за процесс производства, часты несправедливое отношение и эксплуатация индивидуальных производителей, так же как и большой массы родовой рабочей силы. Однако сегментация рынка труда, индивидуализация работы и диффузия капитала в круговороте мировых финансов совместно вызвали постепенное разрушение классовой структуры индустриального общества. Существуют и будут существовать мощные социальные конфликты. Однако, по мнению М. Кастельса, они являются выражением не борьбы классов, но требований заинтересованных групп и/или восстания против несправедливости.

Действительно фундаментальными социальными разломами в информационную эпоху являются: во-первых, внутренняя фрагментация рабочей силы на информационных производителей и заменяемую родовую рабочую силу; во-вторых, социальное исключение значительного сегмента общества, состоящего из сброшенных со счетов индивидов, чья ценность как рабочих/потребителей исчерпана и чья значимость как людей игнорируется; и, в-третьих, разделение рыночной логики глобальных сетей потоков капитала и человеческого опыта жизни рабочих.

Отношения власти также трансформируются под влиянием социальных процессов. Основное изменение связано с кризисом национального государства как суверенной единицы и сопровождающего его кризиса той формы политической демократии, что создавалась в течение последних двух веков. Так как распоряжения государства не могут быть полностью приведены в исполнение и так как некоторые из его фундаментальных обещаний, воплощенных в государстве всеобщего благосостояния, не могут быть сдержаны, то и власть, и легитимность государства ставятся под сомнение. Так как представительная демократия своим логическим основанием имеет понятие суверенной единицы, размывание границ суверенности ведет к неопределеннос-

ти в процессе делегирования воли народа. Глобализация капитала, процесс увеличения количества сторон, представленных в институтах власти, а также децентрализация властных полномочий и переход их к региональным и локальным правительствам создают новую геометрию власти, возможно, рождая новую форму государства — сетевое государство. Социальные акторы и граждане вообще максимизируют возможности представительства своих интересов и ценностей, разыгрывая различные стратегии в отношениях между различными институтами, на различных уровнях компетенции.

При данных условиях информационная политика, осуществляемая главным образом посредством манипулирования символами в масс-медиа, хорошо совмещается с этим постоянно изменяющимся миром властных отношений. Стратегические игры, модифицированные по заказу представительства, и персонализированное лидерство заменяют классовые объединения, идеологическую мобилизацию и партийный контроль, которые были характерными для политики индустриальной эры. По мере того как политика становится театром, а политические институты скорее агентствами по заключению сделок, чем местами власти, граждане по всему миру демонстрируют защитную реакцию, голосуя для того, чтобы предотвратить вред от государства, вместо того, чтобы возлагать на него свои требования. В определенном смысле, политическая система лишена власти, но не влияния. Власть, однако, не исчезает, считал М. Кастельс. В информационном обществе она становится вписанной на фундаментальном уровне в культурные коды, посредством которых люди и институты представляют жизнь и принимают решения, включая политические решения. В этом смысле власть, когда она реальна, становится нематериальной. Она реальна потому, что где и когда бы она ни консолидировалась, эта власть наделяет на время индивидов и организации способностью осуществлять свои решения независимо от консенсуса. Но она нематериальна вследствие того, что такая возможность возникает из способности организовывать жизненный опыт посредством категорий, которые соотносятся с определенным поведением и, следовательно, могут быть представлены как одобряющие определенное лидерство. М. Кастельс писал, что культурные сражения суть битвы за власть в информационную эпоху. Они ведутся главным образом в масс-медиа и с их помощью, но они не являются держателями власти. Власть — как возможность предписывать поведение — содержится в сетях информационного обмена и манипуляции символами, которые соотносят социальных акторов, институты и культурные движения посредством пиктограмм, представителей, интеллектуальных усилителей. В долгосрочном периоде в действительности не имеет значения, кто находится у власти, так как распределение политических ролей становится широким и подверженным ротации. Более не существует стабильных властных элит. Однако есть элиты от власти, т. е. элиты, сформированные во время своего обычно короткого срока пребывания у власти, за время которого они используют преимущества своей привилегированной политической позиции для достижения более постоянного доступа к материальным ресурсам и социальным связям. Культура как источник власти и власть как источник капитала лежат в основе новой социальной иерархии информационной эпохи.

Трансформация отношений опыта связана главным образом с кризисом патриархальности, глубоким переосмыслением семьи, отношений полов, сексуальности и, как следствие, личности. Структурные изменения (связанные с информационной экономикой) и социальные движения (феминизм, женские движения, сексуальная революция) бросают вызов патриархальной власти по всему миру, хотя и в разных формах и различной остроты в зависимости от культурных/институциональных контекстов. Будущее семьи неопределенно, но с патриархальностью для М. Кастельса все ясно: она может выжить только под защитой авторитарных государств и религиозного фундаментализма. В открытых обществах патриархальная семья находится в глубоком кризисе, в то время как новые зародыши эгалитарных семей все еще борются против старого мира интересов, предрассудков и страха. Сети людей все более замещают (особенно для женщин) нуклеарные семьи в качестве первичных форм эмоциональной и материальной поддержки. Индивиды и их дети живут по схемам секвенциальной семьи и несемейных личных связей. В то же время существует быстро растущая тенденция вовлечения отцов в жизнь своих детей, а женщины — одинокие или живущие друг с другом — и их дети становятся доминирующей формой воспроизведения общества, таким образом, фундаментально изменяя способы социализации. Наиболее фундаментальная трансформация отношений опыта в информационную эпоху есть их переход к схеме социального взаимодействия, конструируемого главным образом с помощью актуального опыта отношений. Сегодня люди в большей степени производят формы социальности, нежели следуют моделям поведения.

Изменения в отношениях производства, власти и опыта ведут к трансформации материальных основ социальной жизни, пространства и времени. Пространство потоков информационной эпохи доминирует над пространством культурных регионов. Вневременное время как социальная тенденция к аннигиляции времени с помощью технологии заменяет логику часового времени индустриальной эры. Капитал оборачивается, власть правит, а электронные коммуникации соединяют отдаленные местности потоками взаимообмена, в то время как фрагментированный опыт остается привязанным к месту. Технология сжимает время до нескольких случайных мгновений, лишая общество временных последовательностей и деисторизируя историю. Заклячая власть в пространство потоков, делая капитал вневременным и растворяя историю в культуре эфемерного, сетевое общество «развоплощает» (disembodies) социальные отношения, вводя культуру реальной виртуальности.

М. Кастельс считал, что в информационной парадигме из замещения мест и аннигиляции времени пространством потоков и вневременным временем возникла новая культура: культура реальной виртуальности. Эта виртуальность есть наша реальность вследствие того, что именно в этом поле вневременных, лишенных места символических систем мы конструируем категории и вызываем образы, формирующие поведение, запускающие политический процесс, вызывающие сны и рождающие кошмары.

Эта структура, сетевое общество, которое создано сетями производства, власти и опыта, которые образуют культуру виртуальности

в глобальных потоках, пересекающих время и пространство, есть новая социальная структура информационной эпохи. Не все социальные измерения и институты следуют логике сетевого общества, подобно тому как индустриальные общества в течение долгого времени включали многочисленные прединдустриальные формы человеческого существования. Но все общества информационной эпохи действительно пронизаны — с различной интенсивностью — повсеместной логикой сетевого общества, чья динамичная экспансия постепенно абсорбирует и подчиняет предсуществовавшие социальные формы.

Сетевое общество, как и любая другая социальная структура, не лишено противоречий, социальных конфликтов и вызовов со стороны альтернативных форм общественной организации. Но эти вызовы порождены характеристиками сетевого общества и, таким образом, резко отличаются от вызовов индустриальной эры. Соответственно, они воплощаются различными субъектами, даже несмотря на то, что эти субъекты часто работают с историческими материалами, созданными ценностями и организациями, унаследованными от индустриального капитализма и этатизма.

М. Кастельс отмечал, что понимание нашего мира требует одновременного анализа сетевого общества и его конфликтных вызовов. Исторический закон, гласящий, что там, где есть господство, есть и сопротивление, продолжает быть справедливым. Однако для определения того, кто бросает вызов процессу господства, осуществляемого посредством нематериальных (однако могущественных) потоков сетевого общества, необходимо аналитическое усилие.

Социальные вызовы схемам господства в сетевом обществе главным образом принимают форму создания автономных идентичностей. Эти идентичности являются внешними по отношению к организующим принципам сетевого общества. Вопреки обожествлению технологии, власти потоков и логике рынков, они противостоят их существованию, их вере и их наследию. Характерным для социальных движений и культурных проектов, построенных на идентичностях в информационную эпоху, является то, что они возникают не в институтах гражданского общества. Они изначально вводят альтернативную социальную логику, отличную от принципов функциональности, на которых построены доминирующие институты общества. В индустриальную эру рабочее движение неистово сражалось с капиталистами; капитал и труд, однако, разделяли цели и ценности индустриализации — производительность и материальный прогресс — при том, что каждый из них стремился к контролю над его развитием и к большей доле его плодов. В конце концов, они заключили общественный договор. В информационную эпоху преобладающая логика доминирующих глобальных сетей настолько повсеместна и столь проникающая, что единственный путь выхода из-под их господства заключается в выходе из этих сетей и реконструкции смысла на основании совершенно другой системы ценностей и убеждений.

В конце своей трилогии М. Кастельс попробовал высказать несколько прогнозов развития общества на границе тысячелетий. Он писал, что информационно-технологическая революция выявит свой преобразовательный потенциал. XXI столетие будет отмечено заверше-

нием глобальных информационных супермагистралей, мобильной телекоммуникацией и вычислительной мощностью, децентрализующими власть информации, осуществляя надежды, возлагавшиеся на мультимедиа, увеличивая удовольствие от интерактивных коммуникаций. К тому же это будет век полного расцвета генетической революции. Впервые человек проникнет в секреты жизни и будет способен производить значительные манипуляции с живой материей. Однако, если человечество сделает те же ошибки, что были сделаны в XX столетии, используя технологию и индустриализацию для уничтожения друг друга в ужасающих войнах, то с новой технологической силой оно легко можем покончить с жизнью на всей планете. Новые генетические технологии всепроникающи, их мутационные воздействия контролируются не полностью, а институциональный контроль над ними значительно более децентрализован. Для предотвращения негативных последствий биологической революции нужны не только ответственные правительства, но и ответственное образованное общество.

Созревание информационной экономики, диффузия и надлежащее использование информационной технологии как системы, по всей вероятности, освободят производительный потенциал этой технологической революции. Для М. Кастельса не было сомнения, что XXI в. будет свидетелем роста экстраординарной по историческим стандартам системы производства. Человеческий труд будет производить больше и лучше при значительно меньших усилиях. Умственный труд заменит физические усилия в большинстве производственных секторов экономики. Однако доля этого богатства, достоящаяся индивидам, будет зависеть от их доступа к образованию, а обществу в целом — от его социальной организации, политической системы и политических курсов. Он считал, что глобальная экономика в XXI в. будет расширяться, используя значительное увеличение мощности телекоммуникаций и обработки информации. Она проникнет во все страны, на все территории, во все культуры, во все коммуникационные потоки и во все финансовые сети, неустанно просматривая планету в поисках новых возможностей извлечения прибыли. Но она будет это делать избирательно, соединяя значимые сегменты и пренебрегая местностями и людьми, которые уже исчерпали свой потенциал или не представляют интереса в данный момент. Территориальное неравенство производства приведет к экстраординарной географии дифференцированного производства ценностей, которая резко разделит страны, регионы и метрополии. Планета сегментируется на отчетливо различные пространства, определенные различными временными режимами.

От исключенных сегментов человечества можно ожидать две различные реакции. С одной стороны, будет резкий рост деятельности, которую М. Кастельс назвал «перверсивная связь», т. е. игры в глобальный капитализм по другим правилам. Глобальная криминальная экономика станет фундаментальной чертой XXI в. Ее экономическое, политическое и культурное влияние будет проникать во все сферы жизни. Проблема заключается не в том, будут ли способны наши общества удалить криминальные сети, но скорее в том, прекратят или нет криминальные сети контролировать значительную долю экономики, наших институтов и нашей повседневной жизни.

Есть и другая реакция на социальные исключения и экономическую незначимость, которая будет играть существенную роль в XXI в.: исключение исключителей исключенными. Вследствие того что весь мир согласно логике сетевого общества переплетен в основных структурах жизни и в будущем будет переплетен еще сильнее, мирный уход не будет выбором этих людей и государств. Он принимает форму фундаменталистского утверждения альтернативного набора ценностей и принципов существования, при котором невозможно никакое сосуществование с системой зла, приносящей столько ущерба жизни людей. Различного рода фундаментализмы, происходящие из различных источников, будут представлять самый бескомпромиссный вызов одностороннему господству информационного глобального капитализма. Их потенциальный доступ к оружию массового уничтожения бросает гигантскую тень на оптимистические перспективы информационной эпохи.

М. Кастельс считал, что нации-государства выживут, но не их суверенитет. Они будут связаны друг с другом в многосторонних сетях с изменчивой геометрией обязательств, ответственности, союзов и субординации. Наиболее примечательной многосторонней конструкцией будет Европейский Союз, соединяющий технологические и экономические ресурсы большинства, но не всех европейских стран: Россия, по его мнению, скорее всего, будет оставлена за бортом из-за исторических страхов Запада, а Швейцарии нужно быть вне границ для того, чтобы сохранить свою должность мирового банкира. Но в настоящий момент Европейский Союз не содержит в себе исторического проекта построения европейского общества. В сущности, это защитная конструкция европейской цивилизации, необходимая для того, чтобы избежать роли экономической колонии азиатов и американцев. Европейские нации-государства сохранятся и будут бесконечно торговаться за свои индивидуальные интересы в рамках европейских институтов, в которых они нуждаются, но которые, несмотря на свою федералистскую риторику, ни европейцы, ни их правительства не будут возвращать.

Глобальная экономика, по М. Кастельсу, будет управляться набором многосторонних институтов, связанных друг с другом. Неформальные собрания, такие, как встречи в Давосе или их эквиваленты, будут помогать создавать культурные/личностные скрепы в глобальной элите. Глобальная геополитика также будет регулироваться принципом многосторонности, когда Объединенные Нации и региональные международные институты будут играть все возрастающую роль в управлении международными или даже национальными конфликтами. Для приведения в исполнение своих решений они все больше будут использовать союзы, созданные для безопасности их членов, такие, как НАТО. В случае необходимости будут создаваться *ad hoc* международные полицейские силы для вмешательства в дела проблемных регионов.

Среди вопросов глобальной безопасности М. Кастельс выделял три основные проблемы. Первая из них — это возрастающее напряжение в зоне Тихого океана, по мере того как Китай утверждает свою глобальную мощь, Япония входит в следующий виток национальной паранойи, а Корея, Индонезия и Индия реагируют и на то, и на другое. Вторая — это возрождение могущества России не только как ядерной сверхдержавы, но и как сильной нации, не желающей более терпеть

унижения. Условия, при которых посткоммунистическая Россия будет или не будет включена в многостороннюю систему глобального управления, определяют будущую геометрию границ военных союзов. Третья проблема является, вероятно, самой решающей из всех, и, по всей видимости, обусловит безопасность для мира в целом на долгое время. Она связана с новыми формами ведения военных действий, которые будут использоваться индивидами, организациями и государствами, сильными в своих убеждениях, слабыми в своих военных средствах, но способными находить доступ к новым технологиям разрушения, а также уязвимые места общества. Криминальные банды также могут прибегнуть к конфронтации с высокой интенсивностью, когда они не видят другого выбора. Глобальный или локальный терроризм повсеместно рассматривается как основная угроза конца этого тысячелетия. Но М. Кастельс полагал, что это только умеренное начало. Возрастающая технологическая изощренность задает два пути, ведущих к беспредельному террору: с одной стороны, небольшая целеустремленная группа, хорошо финансируемая и информированная, может опустошать целые города или ударить в нервные центры нашего существования; с другой стороны, инфраструктура нашей повседневной жизни — от энергии до транспорта и водопровода — стала настолько сложной и запутанной, что ее уязвимость возросла экспоненциально (это было написано до событий 11 сентября). В то время как новые технологии помогают системам безопасности, они также делают нашу повседневную жизнь все более подверженной внешним воздействиям. Цена возрастающей защиты — это жизнь в системе электронных замков, сигнализаций и *online* полицейских патрулей. Это также будет означать рост страха.

В геополитике все больше будет доминировать фундаментальное противоречие между многосторонностью процесса принятия решений и односторонностью военного осуществления этих решений. Это происходит потому, что после распада Советского Союза ввиду технологической отсталости новой России Соединенные Штаты являются и будут являться в предсказуемом будущем единственной военной сверхдержавой. Таким образом, большинство решений, затрагивающих безопасность, должны осуществляться или поддерживаться Соединенными Штатами, для того чтобы быть действительно эффективными и заслуживающими доверия. Таким образом, исключая маловероятную гипотезу неожиданного наращивания Китаем своей военной мощи, для которого у Китая просто нет технологической возможности, в мире остается одна сверхдержава — Соединенные Штаты. В таких условиях различные военные союзы должны будут опираться на американские силы. Однако США обременены такими глубокими внутренними социальными проблемами, что, безусловно, не будут иметь ни средств, ни политической поддержки для использования такой силы, если безопасность их граждан не находится под прямой угрозой, что несколько раз в 1990-х годах обнаруживали американские президенты. Единственный способ для Америки сохранить свой военный статус — ссудить свои силы глобальной системе безопасности, при этом чтобы другие страны платили за это.

Однако государство, считал М. Кастельс, не исчезает. В информационную эпоху оно просто понижается в статусе. Оно множится в форме местных и региональных правительств, которые покрывают мир

мозаикой своих проектов, создают свои электораты и ведут переговоры с национальными правительствами, мультинациональными корпорациями и международными агентствами. Эра глобализации экономики есть также эра локализации политики. То, чего недостает местным и региональным правительствам во власти и ресурсах, они восполняют гибкостью и сетевой деятельностью. Последние являются единственным соответствием, если таковое существует, динамизму глобальных сетей благ и информации.

Что же касается людей, они есть и будут все более и более удалены от коридоров власти и разочарованы в разрушающихся институтах гражданского общества. Они будут все более индивидуальны в своем труде и жизни, конструируя собственный смысл на основе своего опыта и, если они удачливы, реконструируя свою семью — их скалу в этом бурлящем океане неизвестных течений и неконтролируемых сетей. В случае коллективных угроз они будут строить общие убежища, откуда пророки смогут провозглашать пришествие новых богов.

XXI век не будет темным веком, писал М. Кастельс. Также не принесет он большинству людей щедрот, обещанных самой экстраординарной технологической революцией в истории. Скорее всего, он может быть охарактеризован как информированная неразбериха.

Своеобразная квинтэссенция взглядов на информационное общество была представлена в работе «Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель». М.Кастельс считал, что основу информационного общества образует информативность. Это означает, что определяющие действия во всех сферах общественной практики происходят на основе информационных технологий, что эти действия организуются а) в глобальном масштабе, б) в информационные сети и в) сосредоточены на обработке информации (символов) [Химанен П., Кастелс М., 2002: 9, и далее]. Сердцевину информационной экономики образует глобальная сеть финансовых рынков, которая основана на информационных технологиях. Инвесторы на этих рынках при помощи компьютерных моделей, способных в режиме реального времени анализировать ситуацию, постоянно перемещают свои капиталы. Компании в информационной экономике выполняют старые цели: максимизируют производительность, рыночную стоимость для получения наибольшей прибыли. Но делают это по-новому: организуют себя по сетевому принципу, применяют информационные технологии и создают продукты, основанные на обработке информации (символов). Сети строятся вокруг бизнес-проектов и, как правило, складываются из компонентов, которые принадлежат различным структурам. Построение сетей трансформирует внутреннюю организацию фирм, их взаимоотношения с потребителями и поставщиками, отношения с другими фирмами. В результате возникает новая форма организации — сетевое предприятие. Рабочая сила тут действует как постоянно преобразующая сеть принятия решений и осуществления задач. Таким образом, работа требует не только знаний по применению информационных технологий и обработке информации, но и способности к самопрограммированию. Производство такой рабочей силы является важнейшим фактором экономики. Значение обработки символов в производстве означает, что продуктом в возрастающей мере становится обработка символов: технология обработки



символов (информационная технология), сама обработка символов (например, медийные продукты), символический опыт, создающийся продуктом (мобильные телефоны или ноутбуки). Кроме того, в производстве усиливается роль изобретательства, а в управлении — культуры. Отношения с потребителями — маркетинг, продажи, распределение — также строятся по сетевому принципу. Особую роль тут играют компьютерные сети. При этом для потребителя становится более значимой роль символов предприятий (брендов), т.е. для предприятия становится крайне важным повышать свой символический уровень (имидж).

Необходимо отметить, что М. Кастельс употреблял термины «информационное общество» и «сетевое общество» как синонимы. Он утверждал, что информационное общество может существовать и существует в виде множества общественных и культурных моделей. Но оно имеет также и некоторые общие структурные черты: основано на генерировании знаний и обработке информации с помощью информационных технологий на базе микроэлектроники; организовано в сети; все виды деятельности на глобальном уровне интегрированы в сети, которые благодаря телекоммуникационной и транспортной инфраструктуре работают как единый механизм.

Важным также является то, что общества и экономики могут выйти на сходные уровни технико-организационной информативности, с различных уровней исторического и культурного развития, используя разные институты и достигая разных форм общественной организации. Т.е. информационное общество так же многообразно, как и индустриальное, в которое входили системы как США, так и СССР. Исследователи выделяют три модели: 1) модель Силиконовой долины — открытое информационное общество, движимое силами рынка; 2) сингапурская модель — авторитарное информационное общество; 3) финская модель — открытое информационное общество благосостояния.

В отношении этой структуризации ключевое значение имеет понятие социальной справедливости. Господствующий тренд состоит в том, что сетевое общество подключает людей, которые представляют для него ценность (создавая для них дополнительную ценность), и отключает тех, кто не имеет для него ценности (уменьшая их способность к обретению ценности). В результате возрастает социальная несправедливость, в частности, неравенство доходов. По данным, приведенным П. Химаненом и М. Кастельсом, в Силиконовой долине и Сингапуре доходы 20 % самых богатых и бедных граждан различаются примерно в 10 раз. Для Финляндии соответствующий показатель равен примерно трети от этого уровня. Таким образом, финская модель нарушает общий тренд — падение государства благоденствия с его стремлением обеспечить социальную справедливость посредством образования, здравоохранения и трансферта доходов. Социальная несправедливость влечет усиление преступной деятельности, которое отмечается в государствах силиконовой и сингапурской модели, но отсутствует в Финляндии.

Основными элементами финского государства благоденствия остаются бесплатное образование (в том числе и высшее), дешевые (а иногда и бесплатные) медицинские услуги, социальная защита (пенсионное и медицинское страхование, пособия по безработице, на детей, поддержка доходов). Эти блага являются универсальными, т.е. предоставляются

всем проживающим. Кроме того, отличительной чертой является то, что в Финляндии большую часть этих услуг оказывает государство.

Таким образом, финская модель совмещает динамичность информационной экономики с сильной социальной справедливостью и коллективной защитой труда. Исследователи выявили важную связь между государством благоденствия и информационной экономикой: информационное общество создает финансовую основу для государства благоденствия благодаря налоговым поступлениям и росту производительности.

Кроме того, при анализе теории сетевого общества ее ядром была названа напряженность, которая возникает между становлением этого общества и культурной идентичностью. Глобальный тренд состоит в том, что прогресс информационной экономики порождает мощное сопротивление, т.к. он угрожает культурной идентификации. Поэтому, как считали исследователи, с развитием сетевого общества развивается национализм и религиозный фундаментализм. Т.е. возникает противоречие между глобальным информационным обществом и ценностями конкретного народа. Финская же модель информационного общества построена на финской идентичности. В Финляндии успех информационного общества превращается в финансовую основу государства благосостояния.

Отдельное внимание М. Кастельс уделил развитию Интернета. Он считал его тканью нашей жизни [Кастельс М., 2007: 1, и далее]. Он считал, что как новые технологии производства и передачи энергии сделали возможными функционирование фабрик и больших корпораций как организационных основ индустриального общества, так Интернет является технологической основой организационной формы информационной эпохи: сети. Сеть как организационное средство имеет несомненные преимущества: гибкость и адаптированность. Но они испытывают трудности в координации функций, фокусировании ресурсов и усовершенствовании поставленной задачи. В последней четверти XX века три процесса положили начало новой социальной структуре, которая базируется на сетях. Это потребности экономики в гибком менеджменте и глобализации капитала, производства и торговли; потребности общества, в котором высшими ценностями стали индивидуальная свобода и открытая коммуникация; революция в микроэлектронике. Под воздействием этого Интернет стал рычагом для перехода к сетевому обществу и новой экономике. Он является коммуникационным посредником, который обеспечивает общение большого количества людей в определенное время на глобальном уровне. Подчеркивая значимость Интернета, М. Кастельс, перефразируя Г.М. МакЛюэна, назвал наше время Галактикой Интернета.

М. Кастельс четко различал сетевую экономику и доткомовскую. Последнюю он отождествлял с Интернет-бизнесом и определял как любую коммерческую деятельность, для которой доминирующим инструментом осуществления ее базовых функций управления, финансирования, инноваций, производства, сбыта, продажи, обеспечения кадрами и контактов с клиентами является Интернет или другие компьютерные сети, вне зависимости от виртуальных или физических размеров фирмы.

Что касается сетевых предприятий, то они развивались из соединения разнообразных стратегий построения сетей. Во-первых, внутренняя децентрализация больших корпораций, которые приняли оптимальные горизонтальные схемы кооперации и конкуренции. Во-вторых, сотрудничество малого и среднего бизнеса, которые мобилизуют свои ресурсы для достижения критической массы. В-третьих, связь между сетями этих малых и средних предприятий и рассредоточенными подразделениями крупных корпораций. Но Интернет тут также играет свою роль. Он создает условия для масштабирования (оптимального количества компонентов), интерактивности (многовекторные связи), управления гибкостью (контроль за проектами в изменяющихся условиях), имиджевой рекламы (особенно важная в современном обществе) и кастомизации (ориентация на клиента, идентификацию которого Интернет делает вполне возможной).

Исследование М. Кастельсом социальных структур привело его к выводу: в условиях информационной эры историческая тенденция приводит к тому, что доминирующие функции и процессы все больше оказываются организованными по принципу сетей. Именно сети составляют новую социальную морфологию общества, а распространение «сетевой» логики в значительной мере сказывается на ходе и результатах процессов, связанных с производством, повседневной жизнью, культурой и властью [Кастельс М. b, 494, и далее]. М. Кастельс подчеркивает, что сетевая форма социальной организации существовала и в иное время, и в иных местах, однако парадигма новой информационной технологии обеспечивает материальную основу для всестороннего проникновения такой формы в структуру общества. Он утверждает, что подобная сетевая логика влечет за собой появление социальной детерминанты более высокого уровня, нежели конкретные интересы, находящие свое выражение путем формирования подобных сетей: власть структуры оказывается сильнее структуры власти. Принадлежность к той или иной сети или отсутствие таковой наряду с динамикой одних сетей по отношению к другим выступают в качестве важнейших источников власти и перемен в обществе; таким образом, считал М. Кастельс, мы вправе охарактеризовать его как общество сетевых структур (*network society*), характерным признаком которого является доминирование социальной морфологии над социальным действием. По М. Кастельсу, сетевая структура представляет собой комплекс взаимосвязанных узлов. Конкретное содержание каждого узла зависит от характера той конкретной сетевой структуры, о которой идет речь. К ним относятся рынки ценных бумаг и обслуживающие их вспомогательные центры, когда речь идет о сети глобальных финансовых потоков. К ним относятся советы министров различных европейских государств, когда речь идет о политической сетевой структуре управления Европейским союзом. К ним относятся поля коки и мака, подпольные лаборатории, тайные взлетно-посадочные полосы, уличные банды и финансовые учреждения, занимающиеся отмыванием денег, когда речь идет о сети производства и распространения наркотиков, охватывающей экономические, общественные и государственные структуры по всему миру. К ним относятся телевизионные каналы, студии, где готовятся развлекательные передачи или разрабатывается компьютерная графика, журналистские

бригады и передвижные технические установки, обеспечивающие, передающие и получающие сигналы, когда речь идет о глобальной сети новых средств информации, составляющей основу для выражения культурных форм и общественного мнения в информационный век. Согласно закону сетевых структур, расстояние (или интенсивность и частота взаимодействий) между двумя точками (или социальными положениями) короче, когда обе они выступают в качестве узлов в той или иной сетевой структуре, чем когда они не принадлежат к одной и той же сети. С другой стороны, в рамках той или иной сетевой структуры потоки либо имеют одинаковое расстояние до узлов, либо это расстояние вовсе равно нулю. Таким образом, расстояние (физическое, социальное, экономическое, политическое, культурное) до данной точки находится в промежутке значений от нуля (если речь идет о любом узле в одной и той же сети) до бесконечности (если речь идет о любой точке, находящейся вне этой сети). Включение в сетевые структуры или исключение из них, наряду с конфигурацией отношений между сетями, воплощаемых при помощи информационных технологий, определяет конфигурацию доминирующих процессов и функций в наших обществах. М. Кастельс отмечал, что сети представляют собой открытые структуры, которые могут неограниченно расширяться путем включения новых узлов, если те способны к коммуникации в рамках данной сети, то есть используют аналогичные коммуникационные коды (например, ценности или производственные задачи). Социальная структура, имеющая сетевую основу, характеризуется высокой динамичностью и открыта для инноваций, не рискуя при этом потерять свою сбалансированность. Сети оказываются институтами, способствующими развитию целого ряда областей: капиталистической экономики, основывающейся на инновациях, глобализации и децентрализованной концентрации; сферы труда с ее работниками и фирмами, основывающейся на гибкости и адаптивности, сферы культуры, характеризующейся постоянным расчленением и воссоединением различных элементов; сферы политики, ориентированной на мгновенное усвоение новых ценностей и общественных умонастроений; социальной организации, преследующей своей задачей завоевание пространства и уничтожение времени. Таким образом, можно говорить о том, что новые экономические формы строятся вокруг глобальных сетевых структур капитала, управления и информации, а осуществляемый через такие сети доступ к технологическим умениям и знаниям составляет в настоящее время основу производительности и конкурентоспособности.

М. Кастельс считал, что ориентация на сетевые формы управления и производства отнюдь не означает заката капитализма. Общество сетевых структур, в любых его институциональных воплощениях, в настоящее время является буржуазным обществом. Более того, капиталистический способ производства сегодня впервые определяет социальные взаимоотношения повсюду в мире. Однако эта разновидность капитализма коренным образом выделяется на фоне своих исторических предшественников. Ее отличают два главных признака: она носит всемирный характер и в значительной степени строится вокруг сети финансовых потоков. Капитал работает в глобальном масштабе и в реальном времени, причем он реализуется, инвестируется и накапли-

вается прежде всего в сфере обращения, т.е. как финансовый капитал. Последний всегда составлял основную часть капитала, однако сегодня время несколько иного феномена: дальнейшее накопление капитала и финансовая деятельность все чаще осуществляются на глобальных финансовых рынках; из этих сетевых структур притекают инвестиции во все области хозяйственной деятельности: информационный сектор, сферу услуг, сельскохозяйственное производство, здравоохранение, образование, обрабатывающую промышленность, транспорт, торговлю, туризм, культуру, рациональное использование окружающей среды и т.д. Все другие виды деятельности (за исключением деятельности во все более сокращающемся государственном секторе) выступают либо в качестве основы для получения необходимых свободных средств, которые можно было бы вложить в глобальные финансовые потоки, либо же в качестве результата уже помещенных сюда капиталовложений. Однако чтобы финансовый капитал мог работать и конкурировать, он должен опираться на знания и информацию, получающие обеспечение и распространение благодаря информационной технологии. Таково конкретное содержание взаимосвязи между капиталистической формой производства и информационной формой развития. Капитал, которым распоряжаются чисто по наитию, всегда подвержен опасностям и, в конечном счете, размывается под воздействием элементарной статистической вероятности в условиях произвольных колебаний финансовых рынков.

М. Кастельс считал, что, несмотря на то, что работа, работники и трудящиеся классы существуют и даже получают все большее распространение в мире, социальные взаимоотношения между трудом и капиталом претерпевают коренные преобразования. Капитал по своей сути носит глобальный характер, а труд, как правило, — локальный. Историческая реальность развития информационных технологий такова, что ведет к концентрации и глобализации капитала, причем именно благодаря непреодолимому децентрализующему воздействию сетевых структур. Труд оказывается расчлененным в зависимости от осуществляемых операций, раздробленным по организационному признаку, диверсифицированным в аспекте наличия или отсутствия работы, раздельным в условиях коллективной деятельности. Сети сливаются друг с другом, образуя метасеть капитала, объединяющую капиталистические интересы на глобальном уровне, вне зависимости от сфер и участков деятельности; это не может не сопровождаться конфликтами, однако подчиняется одной и той же общей логике. Труд же теряет свою коллективную самобытность, становится все более индивидуализированным с точки зрения возможностей работников, условий труда, заинтересованности в нем и перспектив на будущее. Однако одновременно происходит и дифференциация трудовых процессов, расслоение работников, расчленение труда в глобальных масштабах. Таким образом, если капиталистические производственные отношения по-прежнему сохраняются (ведь во многих экономиках доминирующая логика сегодня в гораздо большей мере носит капиталистический характер, чем когда-либо), то капитал и труд оказываются разнесены в разное пространство и время: пространство потоков и пространство территорий, время компьютерных сетей, сжатое до мгновения, и по-

часовое время повседневной жизни. Они живут друг за счет друга, но друг с другом не связаны, ибо жизнь глобального капитала все меньше и меньше зависит от конкретного труда и все больше и больше от накопленного объема труда как такового, которым управляет небольшой мозговой центр, обитающий в виртуальных дворцах глобальных сетей.

М. Кастельс писал, что процессы преобразований, находящие свое выражение в идеальном типе сетевого общества, выходят за пределы сферы социальных и технических производственных отношений: они глубоко вторгаются в сферы культуры и власти. Проявления культурного творчества абстрагируются от исторических и географических факторов. Их обуславливают скорее сети электронных коммуникаций, взаимодействующие с аудиторией и, в конечном счете, формирующие оцифрованный, аудиовизуальный гипертекст. Коммуникация в основном распространяется через диверсифицированную, всеобъемлющую систему средств информации, и поэтому политическая игра все чаще и чаще разыгрывается в этом виртуальном пространстве. Лидерство становится персонализированным, а путь к власти лежит через создание имиджа. Хотя, речь не идет о том, что любая политика может быть низведена до уровня средств информации, как она не идет и о том, что ценности и интересы не испытывают влияния со стороны политики. Однако вне зависимости от того, о каких политических деятелях идет речь, они оказываются вовлечены в игру, ведущуюся через масс-медиа и самими масс-медиа. Зависимость от языка средств информации, имеющих под собой электронную основу, приводит к далеко идущим последствиям для характеристик, организации и целей политических процессов, политических деятелей и политических институтов. В конечном счете, власть, которой располагают сети средств информации, занимает второе место после власти потоков, воплощенной в структуре и языке этих сетей.

По М. Кастельсу, сетевое общество представляет собой социальную структуру, характеризующую, пусть и с большим разнообразием проявлений в зависимости от культурной и институциональной специфики, информационную эпоху развития общества [Кастельс М., Киселева Э., 2000, и далее]. Сетевое общество характеризуется одновременной трансформацией экономики, труда и занятости, культуры, политики, государственных институтов и, в конечном счете, пространства и времени. Новые информационные и коммуникационные технологии, будучи совершенно необходимым инструментом такой многонаправленной трансформации, не являются ее причиной. Генезис сетевого общества, по мнению ученого, в значительной степени обусловлен ходом истории, а именно тем обстоятельством, что в начале 70-х годов в мире параллельно протекали три важнейших, независимых друг от друга процесса: информационно-технологическая революция; культурные и социальные движения 60—70-х годов; кризис, приведший к переструктурированию (перестройке) двух существовавших в то время социально-экономических систем — капитализма и этатизма. Причем этатизм оказался не в состоянии адаптироваться к требованиям информационной эпохи, что привело к утрате политического контроля и коллапсу. Капитализм продолжил триумфальное шествие в результате самотрансформации по направлению к новому, выхолащенному и усредненному воплощению

капиталистической идеи. И сразу после этого ему пришлось столкнуться с новыми драмами, кризисами и конфликтами, порожденными его собственной противоречивой природой.

М. Кастельс считал, что новая социальная структура в виде сетевого общества, характерная для большей части планеты, основана на новой экономике. Эта экономика капиталистическая, но речь идет о новом виде капитализма, информационного и глобального. Другими словами, знания и информация становятся ключевыми источниками производительности и конкурентоспособности, этих двух решающих факторов любой экономики. Генерирование знания и информационные технологии зависят от доступа к соответствующей технологической инфраструктуре, а также от качества человеческих ресурсов, от их способности управлять новейшими информационными системами. Глобализация связала воедино все центры экономической активности во всех странах, даже если большинство видов деятельности, рабочих мест и людей все еще остаются национальными и локальными. Экономика всех стран зависят от глобальных финансовых рынков, международных связей в области торговли, производства, управления и распределения товаров и услуг. Иностраннные инвестиции, прямые или посредством покупки акций, формируют модель и условия развития экономик большинства стран планеты. Новая экономика организована вокруг информационных сетей, не имеющих центра, и основана на постоянном взаимодействии между узлами этих сетей, независимо от того, локальные они или глобальные. Но глобализация не ограничивается экономикой. Медиасети применяются в деловом общении, а также в глобальном обмене информацией, звуком и изображением. Интернет стал горизонтальной средой всемирной коммуникации. Сетевые формы организации обеспечивают существенную гибкость фирм, индивидов и стран. Постоянная адаптация к вихреподобной смене конъюнктуры в области капитала, спроса и технологий — вот, по мнению М. Кастельса, суть этой игры. Единственным правилом является полное отсутствие правил. Если они еще и существуют, то обходятся посредством использования множества сетей. М. Кастельс считал, что при таких условиях суверенное национальное государство вступает в фазу непреодолимого кризиса. Но это не означает, что государство исчезнет как таковое, хотя оно уже существенно трансформировалось.

М. Кастельс объяснял процесс объединения национальных государств тем, что они объединили свои усилия, защищаясь от глобальных финансовых рынков, глобальных медиа, глобального Интернета, глобальной преступности, глобального терроризма, глобальных экологических и социальных проблем. В результате национальные государства становятся более эффективными, но все более удаляются от собственных специфических национальных смыслов. Чтобы легитимизировать сокращение своих полномочий, государства проводят политику децентрализации власти посредством передачи полномочий и ресурсов региональным и местным правительствам, а также разнообразным неправительственным организациям. Вследствие этого им удастся добиться усиления связей между гражданами и государством, что укоренено в чувстве территориальной идентичности и общности. Ценой такого успеха является недейственность даже будущей, потенциальной

власти национального государства. Таким образом, новое государство информационной эпохи являет собой новый тип сетевого государства, основанного на сети политических институтов и органов принятия решений национального, регионального, местного и локального уровней, неизбежное взаимодействие которых трансформирует принятие решений в бесконечные переговоры между ними. Мир труда и оплачиваемой работы также глубоко трансформировался. В целом имеет место индивидуализация работы и сетевая децентрализация рабочих мест в противовес социализации работы, вертикальной интеграции, а также крупномасштабности производства, что было характерно для индустриального общества. Это не означает, что малый бизнес теснит крупный. Фактически мы являемся свидетелями беспрецедентной концентрации капитала и управленческих ресурсов посредством мегаобъединений и суперконгломератов. Различия между крупным и малым бизнесом все более устаревают. Крупные организации осуществили внутреннюю децентрализацию, что придало их внутренней структуре характер сетей, взаимодействующих с другими организациями в рамках отдельных проектов. Малые и средние предприятия формируют свои собственные сети, поставая себя в качестве сетевого элемента для более крупных сетей партнеров. Работники получают разнообразные задания и обязанности в зависимости от конфигурации сетевой организации работы, что индивидуализирует трудовые отношения, ставя их в зависимость от потенциального вклада, накопленного мастерства и развитых способностей.

Культура как набор принятых на веру ценностей и норм оказалась в значительной мере захваченной электронным гипертекстом, который комбинирует, артикулирует и выражает смыслы в виде аудиовизуальной мозаики, способной к расширению или сжатию, обобщению или спецификации в зависимости от аудитории. Электронная среда более не сводится к посланию сообщений. Сообщение есть раскодировка среды, поскольку медиасистема настолько гибка, что адаптирована для послания любого сообщения любой аудитории. Соответственно послание структурирует среду. М. Кастельс предполагал, что речь идет о новой культуре, культуре реальной виртуальности, поскольку наша реальность во многом складывается из ежедневного опыта, получаемого в рамках виртуального мира. Это культура, в которой быть верующим значит творить веру.

Политика информационной эпохи, по М. Кастельсу, разыгрывается в пространстве масс-медиа. Не может быть никакого контроля или диктата в работе масс-медиа, поскольку они плюралистичны, занимают противоречивые позиции и должны завоевывать доверие аудитории. Это делает невозможным проведение масс-медиа единой политической линии. Но в своей совокупности масс-медиа выражают весь политический спектр, поскольку являются основным каналом трансляции информации и образов. Люди формируют собственное мнение и принимают решения на основе того, что они получили из масс-медиа, перерабатывая различным образом полученные сигналы. Однако единственный сигнал, который они не могут переработать, — это неполученный ими сигнал. Это означает, что отсутствие—присутствие в поле масс-медиа (в резуль-



тате включения или исключения из сетей) определяет, кто или что имеет шанс влиять на принимаемые институциональные решения.

Социальные движения также все более являют собой продукт манипулирования общественным сознанием как миром коллективных образов и представлений, что проявилось в движении мексиканских сапатистов или в движениях защитников окружающей среды. И терроризм, и антитеррористические действия используются масс-медиа для внесения сумятицы в сознание людей посредством нагнетания атмосферы разрушения, страха, запугивания, вне всякой связи с реальными материальными последствиями этих ограниченных действий.

Пространство и время, считал М. Кастельс, также трансформировались. Преодоление расстояния с помощью телекоммуникаций и быстрых транспортных систем позволяет организациям и индивидам проводить время совместно без пространственного сближения, что делает возможным их включение в гибкие межтерриториальные структуры, эволюционирующие в функциональные сети взаимодействия. Пространство потоков, в которых представлено большинство стратегически важных видов деятельности, постепенно устанавливает господство над пространством мест, в котором по сей день люди обустроивают жизнь, накапливают опыт, приобретают чувство идентичности и вырабатывают политическую ориентацию.

Время уничтожено скоростью связи между компьютерами, что подчинено стремлению избежать напрасных расходов времени, ведущих к утрате инвестиционных возможностей или бесполезному простаиванию ресурсов хотя бы на секунду. Войны с использованием технологий точного попадания в цель и тотального разрушения также элиминируют фактор времени, поскольку, еще ничего не успев предпринять, страны убеждаются, что уже слишком поздно и для протеста, и для сопротивления. Или, к примеру, время становится депоследовательным, а стало быть, отрицаемым, в биологической расплывчатости жизненного цикла, что связано с новыми репродуктивными технологиями или регенерацией тел путем клонирования человеческих органов, практическая реализация чего уже находится на этапе коммерциализации. Вневременное время информационной эпохи приходит на смену биологическому времени большей части человеческой истории и хронологическому времени индустриальной эры.

Динамизм социальной структуры сетевого общества, его глобальный охват, обусловленный финансовыми рынками, военными технологиями, информационными потоками, делают сетевое общество расширяющейся системой, проникающей различными путями и с разной интенсивностью во все общества. Но именно эти различия исключительно важны, при попытке понять реальные процессы жизни и смерти данной страны в данное время. М. Кастельс считал, что сетевое общество — это не модель успеха современности, которой общества должны следовать, чтобы быть успешными. Скорее, это крайне общая характеристика реальности, возникающей социальной структуры. В свое время таковым было индустриальное общество. Поскольку темпы установления информационного общества в различных странах различны, а формы взаимодействия с ранее существовавшими социальными структурами разнообразны, анализ возможных состояний может служить

потенциальным ключом к пониманию как стабильности, так и кризиса в современном процессе социальных изменений.

Работы М. Кастельса являются интересной попыткой на базе огромного эмпирического материала осмыслить закономерности движения общества к информационной фазу развития. Вместе с тем, отдельные его положения вызывают сомнения. В частности, бездоказательно утверждается тезис о возрастающем противопоставлении общества и индивида, о росте общественных движений и т.д. Процесс предоставления доказательств дает возможность подозревать в воззрениях М. Кастельса технологический детерминизм. Ощущается мощное влияние марксизма.

Бесспорно, М. Кастельс — это основной теоретик сетевого общества, видящий в нем основную тенденцию современного развития.

Следует отметить, что, в отличие от некоторых других классиков постиндустриализма, М. Кастельс не считал, что информационная экономика представляет собой отрицание индустриальной. Наоборот, по его мнению, информационная экономика входит в индустриальную, является ее частью. Он также идеализирует возможности информационной экономики, в частности, в получении прибыли.

В отношении масс-медиа М. Кастельс находится под сильным влиянием взглядов М. МакЛюэна. К сожалению, он не смог предвидеть темпов роста Интернета, и его прогнозы относительно того, что компьютерная коммуникация будет доступна только образованной части общества, звучат более чем спорно.

### **Том Стоуньер**

Известный английский ученый Т. Стоуньер утверждал, что информацию, подобно капиталу, можно накапливать и хранить для будущего использования [Стоуньер Т., 1986: 392, и далее]. Соглашаясь с Д. Локком и К. Марксом в том, что ценность и стоимость вещей обусловлены трудом, земля же, например, лишена собственной ценности, и лишь труд, приложенный к ней, извлекает из нее нечто ценное; что до капитала — то это труд, овеществленный в инструментах и машинах, Т. Стоуньер выдвинул идею, что инструменты и машины, будучи овеществленным трудом, суть в то же время овеществленная информация. Он считал, что эта идея справедлива по отношению к капиталу, земле и любому другому фактору экономики, в котором овеществлен труд. Нет ни одного способа производительного приложения труда, который в то же самое время не был бы приложением информации. Более того, информацию, подобно капиталу, можно накапливать и хранить для будущего использования. По мнению Т. Стоуньера, в постиндустриальном обществе национальные информационные ресурсы суть его основная экономическая ценность, его самый большой потенциальный источник богатства. По Т. Стоуньеру существует три основных способа, которыми страна может увеличить свое национальное богатство: 1) постоянное накопление капитала, 2) военные захваты и территориальные приращения, 3) использование новой технологии, переводящей «нересурсы» в ресурсы. В целом, в основании прогрессивной технологии лежит знание, главным образом научное. В отличие от прошлого, когда пути на-

уже прокладывает практический опыт, сегодня поток информации идет в противоположном направлении — от науки к производству.

Т. Стоуньер выдвинул тезис: богатство создается людьми. Он имел в виду, что человеческий капитал — важнейший ресурс постиндустриального общества. Техника, созидая богатство, приходит в жизнь через технологические знания и организационные усовершенствования. Опытность технических экспертов и компетентность управляющего персонала должны быть дополнены квалифицированностью рабочей силы, иначе новая техника не даст практического эффекта. Но кроме всего этого, необходимо еще одно очень специфическое знание — знание деловой конъюнктуры, рыночных возможностей и способов их практического использования. В основании квалификации, компетентности и специального знания лежит образование. В своем широком значении образование есть накопление индивидом информации и практического опыта. По мнению Т. Стоуньера, наилучшая стратегия плавного перехода от индустриальной к постиндустриальной экономике — это широкомасштабное развитие образования и научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Усовершенствование образования необходимо для все большего обогащения знаниями человеческого капитала, повышения производительности рабочей силы, начиная от работников физического труда и кончая учеными-теоретиками; наконец, для становления информационного общества, члены которого свободно ориентируются в тонкостях информационной экономики и отнюдь не становятся невротиками в условиях быстро изменяющейся информационной среды. Система же научно-исследовательских работ должна быть нацелена на создание богатства, обеспечивающего расширение сектора общественной (контролируемой правительством) экономики. Т. Стоуньер считал, что современному обществу необходима новая система образования человека в течение всей его жизни. При быстрых изменениях информационной среды люди должны иметь возможность время от времени получать новое образование. В будущем периоды рабочей деятельности человека будут чередоваться с периодами его переподготовки.

По Т. Стоуньеру, добавленная стоимость продукта может быть результатом приложения не только труда, но и информации. Пустыня, если к ней практически приложить информацию о сельскохозяйственных методах в условиях засушливых земель, может дать высокие урожаи; неумелые работники, если их обучить, становятся квалифицированными мастерами; свободный капитал, если к нему своевременно приложить нужную информацию, становится выгодной инвестицией; неиспользуемая энергия, вроде солнечной или энергии океанских волн, может выполнять полезную работу, если есть соответствующая технология.

Т. Стоуньер считал, что человечеству необходимо развивать целую новую отрасль экономики — информационную экономику. При этом он выделял важные специфические свойства информации. Он писал: если у меня есть некоторая сумма информации, и ее половину я отдам другому человеку, у меня останется все что было. Если я разрешу кому-нибудь использовать мою информацию, резонно полагать, что и он поделится со мной чем-нибудь, как сделки по поводу материальных вещей ведут к конкуренции, информационный обмен ведет к сотрудничеству. Информация, таким образом, — это ресурс, которым можно без сожаления

ний делиться. Другая специфическая черта потребления информации, по Т. Стоуньеру, заключается в том, что в отличие от потребления материалов или энергии, ведущего к увеличению энтропии во Вселенной, использование информации приводит к противоположному эффекту — оно увеличивает знания человека, повышает организованность в окружающей среде и уменьшает энтропию. В отличие, скажем, от машины, которая изнашивается от работы, книга не уменьшается от того, что ее прочитали.

Информация добавляет стоимость не только к труду или к капиталу, но и к самой себе. Т. Стоуньер выделял понятие «данные», как совокупность не связанных между собой фактов. Данные могут быть превращены в информацию путем анализа, выявления связей, вычленения наиболее важных фактов, их синтеза. В информации больше ценности, чем в данных; информация — это данные, трансформированные в значимую форму для целесообразного использования. Информационные «блоки» в свою очередь могут быть путем обработки превращены в целостный корпус знания. Понятия «данные», «информация», «знания» часто используются нестрого, взаимозаменяемо. Это объясняется, в частности, тем, что те факты, которые на одном уровне выступают как информация, на более высоком могут выступать как данные. Хорошая теория — это система, позволяющая предвидеть и целесообразным образом организовывать факты. В этом своем качестве она может быть носителем «добавленной стоимости» к новой информации. Если эта новая информация добавляет стоимость какому-либо материалу, то хорошая теория имеет громадную коммерческую ценность. В информационной экономике хозяйственная деятельность — это главным образом производство и применение информации с целью сделать все другие формы производства более эффективными и тем самым создать больше материального богатства. Лимитирующий фактор здесь — наличное знание. Т. Стоуньер считал, что в постиндустриальной экономике ни земля, ни труд, ни капитал, ни энергия не являются лимитирующими факторами. Таковым в современном производстве является информация. Поэтому экономическая и политическая власть переходит к производителям информации.

Постиндустриальная экономика — это экономика, в которой промышленность по показателям занятости и своей доли в национальном продукте уступает первое место сфере услуг, а сфера услуг есть преимущественно обработка информации. Сдвиг к сервисному сектору в постиндустриальной экономике вывел на первое место услуги, связанные со знанием, — деловые и профессиональные услуги. Теоретически важно отличать этот постиндустриальный сервисный сектор от доиндустриального, состоявшего, в основном, из домашней прислуги и некоторых категорий мелких торговцев.

Т. Стоуньер отмечал, что постиндустриальная экономика зиждется на кредите. Деловые сделки тут завершаются не столько переходом из одних рук в другие золота или денег, сколько переводом с одного счета на другой кредитной информации. В большинстве постиндустриальных экономик основная масса платежных операций производится чеками, кредитными карточками или банковскими ордерами. Отмечал он также роль электронных денег.

По Т. Стоуньеру, в постиндустриальной экономике доминируют три силы — большая корпорация, правительство и профсоюз. Корпорации контролируют экономическую среду, монополизировав те или иные области рынка. Правительство стало гигантским работодателем и капиталистом. Профсоюзы держат под контролем уровень заработной платы, стараясь не дать ему упасть даже в периоды спадов; этому служат и законы о минимуме заработной платы и условиях труда, принятые во многих странах под давлением профсоюзов. В своем постоянном ускорении техническое развитие приносит изменения не только в экономику, но и в общество в целом. Все это может обернуться культурным отчуждением, которое уже сейчас находит свое выражение в возрождении религиозно-фундаменталистских идей и культов.

Т. Стоуньер считал, что богатство всегда в той или иной степени зависело от знания. В постиндустриальной экономике знание заменило собой традиционную триаду земли, труда и капитала и стало наиболее важной основой современных производительных систем. Фактически эти системы стали столь сложными, что в современном производстве основные усилия идут на поддержание его организованного состояния. Это объясняет появление и подъем новой профессиональной категории, доминирующей формы современного труда, — информационных работников. По Т. Стоуньеру, замещение труда знанием осуществляется всякий раз, когда мы повышаем производительность труда путем механизации, автоматизации и более совершенной организации производства. Знание замещает и капитал, уменьшая себестоимость производства и, следовательно, необходимый объем капиталовложений. Информация может создавать богатство прежде всего тогда, когда ее непосредственно продают. Продажа информации чаще всего выливается в продажу патента, авторского права или лицензии. Сегодня иметь хороший патент, по мнению Т. Стоуньера, выгоднее, чем целую фабрику.

Для современной экономики наиболее важная категория информационных работников — это менеджеры, эксперты по вопросам организации. Они находятся в числе наиболее высокооплачиваемых профессиональных категорий постиндустриальной экономики. Они создают новое богатство путем приложения информации к существующим организационным или производственным системам, тем самым сокращая стоимость производства или создавая новые продукты и услуги.

Богатство создается образованными людьми, — резюмирует Т. Стоуньер. Наиболее выгодный объект для капиталовложений с точки зрения будущих интересов страны — это система образования для молодых женщин. Дело в том, что, даже если они никогда не выйдут на рынок труда, именно матери, а не отцы, играют решающую роль в воспитании детей, а это имеет громадное экономическое значение. Кроме того, образованные женщины позже выходят замуж и лучше представляют себе семейное планирование. Подготовленная рабочая сила более активна и адаптивна, она скорее принимает инновации. Обучение дает квалификацию, образование — метаквалификацию, т. е. систему знаний, облегчающую поиск и усвоение новых знаний. Метаквалификация, таким образом, позволяет человеку найти нужную информацию и усвоить ее, даже если она находится далеко за пределами его личного опыта. Занятость и возрастание человеческого капитала, новые идеи и

целые отрасли промышленности — все это сегодня обеспечивается университетами. Университет становится все более важным институтом по мере того, как технический прогресс становится все менее зависимым от одиночных изобретателей, действующих по принципу проб и ошибок, и все более — от теоретического знания.

В целом, Т. Стоуньер повторяет основные положения других классиков постиндустриализма. Стоит отметить, что он исследует новую экономику, в основном, в духе марксистской традиции. Для Т. Стоуньера, как и для большинства теоретиков информационного общества, характерно преувеличение его возможностей и слабое внимание к проблемам. В частности, Т. Стоуньер подчеркивал высокую роль профсоюзов, игнорируя тот фактор, что в постиндустриальную эпоху работники более разобщены, а организация производства приобретает сетевой характер. Т.е. как показывает опыт, возрастает социальная изолированность и апатия, а роль профсоюзов уменьшается. Также Т. Стоуньер пишет о беспрецедентном изобилии в новом обществе, игнорируя тот факт, что это изобилие создано индустриальным обществом.

### **Фрэнк Уэбстер**

Британский ученый Ф. Уэбстер провел комплексный анализ наиболее авторитетных научных теорий, касающихся информационного общества и проблем современной эпохи. Его центральная работа — «Теории информационного общества» — рассматривает теории второй половины XX ст. и содержит критический разбор взглядов Д. Белла, М. Кастельса, Г. Шиллера, Ю. Хабермаса, Э. Гидденса, Ж. Бодрийяра, Ж.-Ф. Лиотара, З. Баумана и др.

Рассматриваемые теории по-разному подходили к проблеме информационного развития: через возрастающую роль «белых воротничков», расшатывание установившихся интеллектуальных воззрений, расширение сферы наблюдения и контроля, возросшую степень регулирования повседневной жизни или ослабления гражданского общества. Одной из основных тем Ф. Уэбстера было рассмотрение коренных разногласий между теми, кто считал, что наступает новая эра развития человечества — информационное общество, и сторонниками взгляда, что информатизация означает только новый этап развития существующих отношений. К первой группе отнесены теоретики постиндустриализма (Д. Белл и его последователи); постмодернизма (Ж. Бодрийяр, М. Постер); гибкой специализации (М. Пайор и Ч. Сейбл, Л. Хиршхорн); информационного способа развития (М. Кастельс). Ко второму Ф. Уэбстер причислил теоретиков неомарксизма (Г. Шиллер); регуляционной теории (М. Альетта, А. Липиц); гибкой аккумуляции (Д. Харви); рефлексивной модернизации (Э. Гидденс); публичной сферы (Ю. Хабермас, Н. Гарнэм).

Ученые второй группы, в отличие от первой, полагают, что господство и возрастающая роль информации не ведет к коренным изменениям в социальных принципах и практиках [Уэбстер Ф., 2004: 12, и далее].

Ф. Уэбстер обратил внимание на сложность определения той точки на технологической шкале, достигнув которой общество может считаться информационным. Это вопрос является центральным при формулировании любого приемлемого определения информационного общества.

Особо он критиковал футурологов, которые не принимают это во внимание. Они делают вывод о появлении информационного общества уже из самого факта появления новых технологий.

Часть ученых придерживается экономического критерия при определении информационного общества. Этот подход предполагает учет роста экономической ценности информационной деятельности. Если человек может предположить увеличение доли информационного бизнеса в валовом национальном продукте (ВНП), то вполне логично он может прийти к выводу, что экономика стала информационной. Если в экономической сфере информационная активность превалирует над деятельностью в области сельского хозяйства и промышленности, то, следовательно, мы можем говорить об информационном обществе. В этой связи Ф. Уэбстер особое внимание обратил на первопрородческую работу Ф. Махлупа. К информационным он отнес такие отрасли, как образование, право, издательское дело, масс-медиа и производство компьютеров; он также постарался установить их меняющуюся экономическую ценность. Позднее в решение этой проблемы большой вклад внес М. Порат. Он ввел различие между первичным и вторичным информационным сектором экономики. Первичный сектор поддается точной экономической оценке, поскольку имеет определенную рыночную стоимость, с вторичным это сделать труднее, хотя он является более чем существенным для всей современной экономики, так как включает в себя информационную деятельность внутри компаний и государственных учреждений. Таким образом, выделив два информационных сектора, М. Порат затем объединяет их и вычленяет неинформационные элементы экономики, после чего анализирует национальную экономическую статистику и приходит к выводу, что почти половина ВНП США связана с этими двумя объединенными секторами, т.е. американская экономика основывается на информации. Однако Ф. Уэбстер подвергает этот подход критике. Главная проблема состоит в скрытых субъективных интерпретациях и оценочных суждениях, особенно в сфере выстраивания категорий и того, что именно включать в информационный сектор и что из него исключать. Изучая достоверность оценок Ф. Махлупа и М. Пората, Ф. Уэбстер, например, обращает особое внимание на то, что Ф. Махлуп включает в свою «отрасль знания» строительство «информационных зданий», а это предполагает, что возведение подобных зданий, к примеру, университетов и библиотек, принципиально отличается от строительства складских помещений для хранения чая или кофе. «А как быть в том случае, когда строение, возведенное для одной цели, потом используется для другой?», — задает Ф. Уэбстер риторический вопрос, отмечая, что многие университеты расположены в бывших частных особняках и даже складских помещениях. Другая проблема, отмеченная Ф. Уэбстером, состоит в том, что подобные сводные данные неизбежно уравнивают различные виды экономической деятельности. В целом можно, конечно, сказать, что рост удельного веса рекламы и телевидения в экономике служит показателем информационного общества, но тогда становится невозможным установить качественные различия в информационной деятельности. Это означает, что мы можем оказаться в обществе, где информационная деятельность имеет большой удельный вес в ВНП, однако с точки

зрения развития экономической, общественной и политической жизни серьезной роли не играет.

Ф. Уэбстер отметил работы, в основном, социологов, которые связывали определение информационного общества с критерием, связанным со сферой занятости. Это, прежде всего, Д. Белл. Он рассматривал структуру занятости населения и модели наблюдаемых изменений. Предполагается, что мы вступаем в информационное общество, когда большинство занятых в экономике работает в информационной сфере. Снижение занятости в сфере производства и увеличение в сфере услуг рассматривается как замещение физического труда трудом информационным. Поскольку «сырьем» для нефизического труда является информация (она противопоставляется физической силе, навыкам ручного труда и его «машинным» характеристикам), существенное увеличение доли труда в информационной сфере может рассматриваться как возникновение информационного общества. Т.е. доказывается, что те страны, где доминируют группы работающих в сфере информации, живут в информационном обществе. В связи с этим, Ф. Уэбстер отмечает, что на первый взгляд кажется логичным, что шахтер в угольной шахте принадлежит индустриальному обществу, а экскурсовод — информационному, однако распределение занятий по категориям может породить оценочные суждения и требует большой щепетильности. Например, стрелочники на железной дороге должны обладать большим запасом сведений о путях, расписании движения поездов, о маршрутах. Они должны иметь связь с остальными стрелочниками по линии, со станционным персоналом и машинистами, от них требуется знание собственного участка и соседних, они должны вести точный график движения на своем участке, и с тех пор, как введено современное оборудование, им не нужна особая физическая сила, чтобы передвигать стрелки. И все же, несомненно, железнодорожные стрелочники остаются рабочими «индустриального века». Человеку же, который приходит ремонтировать «ксерокс», вероятно, мало что известно об аппаратах такого типа, ремонту которого его обучали, кроме того ему, возможно, приходится работать в грязи, на жаре, в некомфортабельных условиях и применять значительные физические усилия, чтобы менять пришедшие в негодность части. И при этом он, несомненно, будет отнесен к информационным работникам, поскольку его работа с новым оборудованием подходит под интерпретации того же М. Пората. Таким образом, Ф. Уэбстер ставит под сомнение конечные цифры, т.к. на них оказывает влияние личное восприятие исследователей, распределяющих занятия по категориям. Следствием такой категоризации часто становится невозможность выделить ту занятость в информационной области, которая занимает стратегически центральное место в сфере занятости. Такая методология представляет нам огромные объемы информационной занятости, но не дает инструмента для дифференциации наиболее существенных объемов информационной работы. При количественном измерении информационной работы скрыт факт, что определенные типы информационной деятельности могут иметь немаловажные последствия для общества.

Отдельно Ф. Уэбстер рассматривает те концепции информационного общества, которые хоть и опираются на экономику и социологию,



основываются на географическом принципе. Главный акцент делается на информационные сети, которые связывают различные места, а потому могут оказать глубокое воздействие на организацию времени и пространства. Отмечается, что в последние годы эти концепции приобретают особую популярность, так как информационные сети стали играть значительную роль в социальной организации. При критическом рассмотрении этого подхода Ф. Уэбстер задается вопросом: почему из-за наличия сетей аналитики относят общество к информационной категории? И тут опять неточность дефиниций. Например, когда сеть становится сетью? Когда двое разговаривают по телефону или когда обмениваются большими по объему сведениями через коммутаторы переключения пакетов? Когда офисное здание опутано проводами или когда с домашнего терминала можно связаться с местным банком и магазинами? Возникает и другая проблема: используем ли мы технологическое определение информационного общества (иначе говоря, должны ли сети считаться технологическими системами) или же стоит сосредоточиться на потоках информации, которые для многих авторов служат отличительной чертой нашего времени. Если мы принимаем первое определение, то тогда показателем информационного общества должно быть распространение цифровых сетей с интегрированными услугами (ISDN), но мало кто из ученых предлагает метод, которым можно было бы руководствоваться при этом. Если же взять второе определение, то возникает вопрос: какие объемы информации и скорости ее передачи определяют наступление информационного общества и почему? Кроме того, Ф. Уэбстер выдвигает возражение, что информационные сети существуют уже очень давно. Он приводит как пример почтовую связь, потом телеграф и телефон. Значительная часть экономической, общественной и политической деятельности просто непредставима без этих информационных сетей. «Если принять во внимание столь долгую историю и сначала постепенное, а потом и ускоренное развитие, то почему только теперь исследователи заговорили об информационном обществе?» — задается он вопросом.

Рассматривая критерий культуры, Ф. Уэбстер отмечает, что концепцию информационного общества, использующую этот критерий, признать, пожалуй, легче всего, но зато она еще хуже прочих поддается измерениям. Каждый из нас знает, что обращение информации в социальной жизни чрезвычайно возросло. Ее стало намного больше. Все это свидетельствует о том, что мы живем в медианагруженном обществе, но перечисленное не показывает, что информационное влияние на нас гораздо тоньше и проникает гораздо глубже, чем кажется поначалу. Ф. Уэбстер имеет в виду, что новые медиа окружают нас, представляют нам свои «сообщения», на которые мы вольны отвечать или не реагировать. На самом деле мы гораздо теснее связаны с информационной средой, она проникает в нас как составляющая нас самих. Современная культура явно более информативна, чем любая предшествующая. Мы существуем в медианасыщенной среде, что означает: жизнь существенно символизируется, она проходит в процессах обмена и получения — или попытках обмена и отказа от получения — сообщений о нас самих и о других. Признание взрывного роста смыслов заставляет многих авторов говорить о том, что мы вошли в информационное общество. Они

редко предпринимают попытки оценить это развитие в количественных характеристиках, а просто начинают с того, насколько «очевидно», что мы живем в океане знаков, которых гораздо больше, чем в предыдущие эпохи.

Таким образом, большинство определений информационного общества исходят из количественных характеристик (число «беловоротничковых» работников, процент ВВП, обеспеченный информацией и т.д.) и предполагают, что в некоей точке, когда информационное общество начинает доминировать, мы в него вступаем. Но Ф. Уэбстер считает, что нам не предоставляется никаких ясных оснований, по которым мы могли бы определить как новый тип общества, то общество, в котором, как мы все видим, происходят обмен большими объемами информации и ее хранение. Если стало больше информации, то трудно понять, почему нам предлагается увидеть в этом что-то принципиально новое. Он считает, что количественные параметры — просто больше информации — сами по себе не могут означать разрыва с предыдущими системами, хотя, по крайней мере, теоретически, возможно рассматривать небольшие, но решающие количественные изменения как системный слом. Ф. Уэбстер приводит пример о том, что бурный рост парка автомобилей, вовсе не означает, что нас можно определить как «автомобильное общество».

Согласно другому течению утверждается, что мы живем в информационном обществе, но оно не нуждается в столь тщательном исследовании смысла информации. Более того, сторонники этой точки зрения считают, что нам вообще не нужны количественные измерения информации для оценки связанного с ней роста в сфере занятости или экономике, так как решающее количественное изменение произошло в способах использования информации. Для этих ученых информационное общество — это общество, в котором доминирующую роль играет теоретическое знание, чего прежде не было. Эти отличающиеся по взглядам исследователи сходятся на том, что информационное общество (хотя предпочтительнее было бы употреблять термин «общество знания» по той вполне очевидной причине, что он говорит о много большем, чем сваленные в одну кучу биты информации) устроено таким образом, что приоритет отдается теории. Хотя приоритет теоретического знания мало рассматривается в теориях информационного общества, имеется достаточно оснований для того, чтобы считать его отличительной чертой современности. Трудно придумать способы количественного измерения теоретического знания, отмечает Ф. Уэбстер. Опосредованные пути, такие как увеличение числа людей с университетскими дипломами и рост тиражей научных журналов — нельзя признать достоверными. И, тем не менее, теоретическое знание можно считать определяющей чертой информационного общества, так как оно со всей очевидностью влияет на наш образ жизни, в отличие от образа жизни наших предков, прикрепленных к одному месту, невежественных и подвластных силам природы.

Таким образом, Ф. Уэбстер подвергал сомнению критерии, связанные с технологиями, сферой занятости, с пространственными характеристиками, которые, хотя и кажутся на первый взгляд убедительными, на самом деле туманны и не точны, они не способству-

ют выяснению, вступили ли мы уже в информационное общество или сделаем это в будущем. Особый скепсис Ф. Уэбстера вызывали утверждения, будто количественная сторона и есть показатель качественного изменения социальной организации. То же самое происходит и с дефинициями информации, которые в ходу у сторонников информационного общества, придерживающихся несемантических определений информации. Так много битов, так велика их доля в экономике — и все это легко поддается учету. Тем самым с аналитиков как бы снимается обязанность определять качество и ценность информации. Однако в этом случае они полностью лишаются здравого смысла, которое наделяет слово значением, и соглашаются с тем, что информация лишена содержания. Наконец, положение о приоритетности теоретического знания как определяющего фактора информационного общества, тоже оспаривается Ф. Уэбстером. Он считал, что приверженцы этого взгляда не утруждают себя ни необходимым количественным анализом, ни пристальным вниманием к семантической составляющей информации. Теоретическое знание вряд ли может быть признано чем-то по-настоящему новым, однако можно утверждать, что его значение возросло и что оно распространилось настолько, что становится определяющей чертой современной жизни.

Признавая его талант и восхищаясь Д. Беллом, Ф. Уэбстер резко критиковал его теорию постиндустриального общества. Он доказывал, что эта теория несостоятельна и что тому существуют авторитетные социологические подтверждения. При этом он удивлялся, что концепция Д. Белла по-прежнему востребована. Д. Белл полагал, что мы входим в новую систему, в постиндустриальное общество, которое, хотя и имеет различные отличительные черты, характеризуется главным образом возрастанием количества и значения информации. Он считал, что информация и в количественном, и в качественном отношении является ключевой для постиндустриального общества. С одной стороны, постиндустриализм ведет к увеличению информации, находящейся в пользовании. С другой Д. Белл утверждал, что в постиндустриальном обществе происходит качественный сдвиг, особенно заметный в связи с возрастанием роли того, что он называет теоретическим знанием. Иначе говоря, в мире постиндустриального общества становится не просто больше информации, здесь вступает в игру другой тип информации — знание. Отсюда, отмечал Ф. Уэбстер, легко понять, почему теорию Д. Белла с такой готовностью подхватили те, кто отстаивает возникновение информационного общества. Ф. Уэбстер писал, что Д. Белл, несомненно, был прав в том, что роль, которую играет информация в общественной, экономической и политической сферах, резко возрастает. Однако, по мнению британского ученого, он глубоко заблуждался в том, что это якобы свидетельствует о возникновении общества нового типа — «постиндустриальной эры». По мнению Ф. Уэбстера, теория постиндустриального общества несостоятельна, если рассматривать ее в свете реальных социальных тенденций, т.е. если сравнивать «аналитический концепт» с реальным миром, окажется, что первый ко второму неприменим. Кроме того, постиндустриальное общество представляется состоятельным «идеальным конструктом», только если в качестве отправной точки принять чистую теорию и методологический подход к соци-

альному анализу, который оказывается ложным, когда в расчет принимаются реальные общественные отношения. Иначе говоря, Ф. Уэбстер попытался показать, что вся теория Д. Белла чрезвычайно уязвима с эмпирической, теоретической и методологической точек зрения.

Суть рассуждений Ф. Уэбстера такова. Ключевым объяснением общественных перемен Д. Белл считает рост производительности труда. Критическим фактором, определяющим переход от одного типа общества к другому, становится возможность получить «больше за меньшее» количество труда благодаря применению принципа рационализации (эффективности). Если этот процесс развивается (а Д. Белл утверждает, что по мере того как мы входим в постиндустриальное, это происходит), значит, мы убеждаемся в следующем: число работников, занятых в промышленности, снижается до такой степени, что очень мало кто находит себе работу в этой сфере (эра «заводов-роботов», «полной автоматизации» и т.д.); одновременно с сокращением числа работающих в промышленности происходит постоянный и уверенный рост производительности, обеспечиваемый непрекращающейся рационализацией производства; благодаря увеличению производительности в промышленности происходит непрекращающийся рост богатства, которое может быть потрачено на удовлетворение новых потребностей, возникающих у людей (что-нибудь вроде медицинского оборудования или услуг массажиста); идет постоянный процесс высвобождения людей от занятости в промышленности; бесконечное создание новых рабочих мест в сфере услуг, нацеленное на удовлетворение новых потребностей, которые возникают в связи с ростом богатства (т.е., становясь богаче, люди открывают новые возможности тратить деньги, а это требует увеличения числа работников в сфере услуг). Из всего этого понятно, что рост объемов информационной работы и большая доступность профессий, требующих специального диплома, заставляет Д. Белла идентифицировать решительный разрыв между индустриальным и постиндустриальным обществами. Хотя бесспорно, что информационной занятости сейчас больше, чем когда-либо, и что количество используемой информации резко растет, утверждение Д. Белла, будто постиндустриализм означает системный разрыв с предыдущими обществами, вызывает у Ф. Уэбстера серьезные вопросы.

Одна проблема связана с тем, что Д. Белл строит свою теорию нового общества на весьма шатких основаниях. Не существует никаких имманентных причин, по которым рост числа специалистов, пусть даже резкий, должен привести к выводу, что наступает новая эра. Например, представляется вполне разумным предположение, что если, скажем, модель собственности в промышленности остается прежней, а динамика развития экономики — постоянной, то и система тоже остается прежней. Никто ведь не предложил считать, что такая страна, как Швейцария, в значительной степени зависящая от банковского дела и финансов, представляет собой совершенно иное общество, чем Норвегия и Испания, где работники сосредоточены в совершенно других сферах занятости. Все три — определенно капиталистические общества, какими бы внешними признаками они ни отличались бы друг от друга. Ф. Уэбстер находил у Д. Белла и его сторонников два ответа на это замечание. Первый вращается вокруг проблемы: какая степень перемен

необходима, чтобы прийти к выводу о том, что произошел системный разрыв? Единственный честный ответ здесь: «это вопрос взглядов и разумных доказательств», и Ф. Уэбстер попытался обосновать мнение, что системного разрыва не произошло. Во-вторых, надо признать, что Д. Белл, занимаясь анализом трех отдельных «сфер», мог бы ответить, что перемены по одной оси могут свидетельствовать о новом социальном порядке, даже если остальные, никак не связанные с ними измерения продолжают существовать в континууме. Фактически его уверенность относительно существования идентифицируемого постиндустриального общества, свидетельством чего являются перемены в сфере занятости и развитии информационных технологий, можно было бы и разделить. Но причина перемен, по Д. Беллу, состоит в том, что рост производительности дает возможность работникам переходить из сельскохозяйственного и промышленного сектора в сектор услуг. Производительность растет благодаря технологическим нововведениям, которые позволяют меньшему числу занятых в сельском хозяйстве кормить население и меньшему числу промышленных рабочих снабжать его товарами. Иными словами, в основе постиндустриального общества лежит производительность, поскольку благодаря ей оплачиваются все работники сферы услуг. Ф. Уэбстер считал, что в этом проглядываются на удивление знакомые формы социологических рассуждений, связанных с технологическим детерминизмом, который уже давно вызывает большое недоверие у исследователей. В нем содержатся две особенно сомнительные скрытые послышки. Первая: технологии якобы являются определяющими агентами социальных перемен; вторая: технологии сами по себе отделены от мира социального, хотя и оказывают огромное влияние на него. Где же тут, спросят критики, люди, капиталы, политика, классы, интересы? Можно ли всерьез утверждать, что технологии, будучи двигателями перемен, в то же время совершенно независимы от социальных отношений? Что же тогда происходит с ценностями и силами, определяющими бюджеты на исследования и развитие? С приоритетами корпораций по инвестированию в обновление производства? С предпочтениями правительств, который выбирают именно этот проект, а не тот?

Первая и, по мнению Ф. Уэбстера, наименьшая проблема состоит в том, что деление на стадии развития — от доиндустриального к индустриальному, а потом и постиндустриальному обществу, по мере того как возраставшее богатство дает возможность большинству занятых работать в мануфактурной промышленности, а потом в секторе услуг — исторически неоправданно. Преобладание третичного сектора уже в странах третьего мира, которое сейчас считается свидетельством благополучия в экономике, доказывает, что для развития сферы услуг нет необходимости в индустриальной базе, кроме того мало что свидетельствует в пользу представления о том, что развитые общества переходят от ситуации наибольшей занятости в промышленности к ситуации наибольшей занятости в секторе услуг. Самая разительная перемена произошла в связи с переходом рабочей силы в сферу услуг не из промышленности, а из сельского хозяйства. Разумеется, теория постиндустриального общества могла признать более общую практику перехода рабочей силы из сельского хозяйства в сферу услуг, объяснив это «скачком». То есть скорость автоматизации столь велика, что общество

может «перепрыгнуть» от доиндустриальной стадии к постиндустриальной на протяжении жизни одного поколения, или же возрастание производительности в сельском хозяйстве и промышленности не связано между собой. Если так, то, даже сохраняя сомнения по поводу формулировки Д. Белла «от товаров к услугам», можно все же разделять его ключевую мысль о том, что развитие сферы услуг происходит в связи с быстрым ростом производительности в первых двух секторах.

Второе возражение Ф. Уэбстера намного серьезнее. Выделенные в особый сектор услуги — это умозрительная категория статистиков, которые занимаются выяснением занятости по экономическим секторам и которым нужно вычлениить все, что не является первичным и вторичным секторами, и описать это. Подчеркивание обособленного характера индустрии услуг является лишь условностью классификации, отделяющей третичный сектор от двух остальных, и это вводит в заблуждение. Ф. Уэбстер писал, что этот социальный конструкт — выделение категории услуг как отдельной, хотя и зависящей от сельского хозяйства и промышленности сферы, — позволяет Д. Беллу, при всей поверхностности его якобы сильных аргументов, утверждать, будто бы сфера услуг будет расти, опираясь на растущую производительность в первичном и вторичном секторах. Однако лишь на чисто теоретическом уровне можно рассматривать сектор услуг как отдельную, хотя и зависящую от двух других сферу.

Ф. Уэбстер признавал что, информация и знание — как и все технологические системы, сопровождающие «технологический взрыв», — в количественном отношении получили значительное распространение. Нетрудно согласиться также и с тем, что они стали играть ключевую роль в бытовом поведении людей, живущих в современных обществах. Тем не менее, он не увидел ни одного убедительного свидетельства или доказательства того, что все это означает возникновение нового общества, резко отличающегося от прежнего. По его мнению, все разговоры о том, что развитие информационной сферы означает наступление «постиндустриального общества», не должны приниматься во внимание.

Ф. Уэбстер считал, что не существует нового постиндустриального общества: рост занятости в сфере услуг и соответствующее развитие выдвигают на первый план преимущество настоящего по отношению к прошлому. По тем же причинам большее количество информации и возросшее число информационных работников, которое принимается как фактор, разительно отличающий настоящее от прошлого, не могут рассматриваться как признак новой социальной системы, нового общественного уклада.

Мысль Д. Белла о теоретическом знании, аналитически и, возможно, сущностно отделяемом от количественных факторов, о которых шла речь, обладает, по мнению Ф. Уэбстера, большей привлекательностью, нежели его определения постиндустриализма как поворота от производства к услугам. Поскольку теоретическое знание предполагает качественное изменение, влекущее серьезные последствия для планирования и контроля над общественной сферой, эта идея захватывает каждого, кто интересуется социальными переменами и значением информации (знания) в современном мире. Интуитивно ощущается правота Д. Белла, хотя эта мысль осталась до конца им не развитой и занимает явно

второе место, уступая первенство вопросам занятости. В трудах Д. Белла она прописана слишком общо, чтобы ее можно было применить для анализа, или, говоря точнее, она вызывает сомнения по поводу новизны и значимости этого феномена. Тем не менее, Ф. Уэбстер считал, что это самый интересный и убедительный аргумент в пользу того, что мы живем в информационном обществе. Разумеется, признавал он, мы живем в мире, где возросло количество информации и связанной с ней деятельности, которая составляет существенную часть организации быта и труда. Под каким углом зрения ни посмотри на эту проблему, роль информации резко возросла. Вполне понятно, что социологи стремятся объяснить и просчитать это изменение. И здесь Ф. Уэбстер приходил к выводу, что оно не может быть интерпретировано в «постиндустриалистской» терминологии Д. Белла.

Ф. Уэбстер скептически относился к предположениям, будто на наших глазах произошла решительная перемена в социальных отношениях. Он считал, что о капиталистическом континууме наглядно свидетельствует наличие его основных характеристик: первичность рыночных критериев, товарное производство, наемный труд, частная собственность и корпоративная организация по-прежнему доминируют, свидетельствуя о связях с весьма далеким прошлым. Тем не менее, исходя из принципа, что капитализм — это динамическая форма экономического и социального устройства, не оспаривался тот факт, что в послевоенный период наблюдались серьезные сдвиги в ориентации труда, некоторые новые формы его организации, перемены в структуре занятости и т.п. Но Ф. Уэбстер считал ошибочным переходить от констатации этого факта к утверждению, будто мы стали свидетелями социального перелома, сравнимого с переходом, например, от рабовладения к феодализму или с разрушением коммунистических обществ и попытки заменить их рыночными системами.

Ф. Уэбстер отмечал такие крупные изменения в капиталистической организации труда: глубокая рецессия, которая поразила капиталистические общества в 1970-х годах, потребовала реструктуризации отношений, что неизбежно привело к нестабильности и «смещению пластов»; из-за глобализации в ее различных аспектах, которая происходила в ускоренном темпе, корпорации уже не могли поддерживать устоявшийся порядок, им пришлось отвечать на вызовы новой ситуации и использовать открывшиеся возможности; в течение всего этого периода транснациональные корпорации увеличивали свои размеры, размах и географическое присутствие в исторически беспрецедентных масштабах, что сделало их основными игроками в глобальной экономике; информационные потоки, главным образом те сети, которые обеспечивают финансовые и прочие услуги, являются необходимым условием глобализованной экономики; информация играет главную роль в менеджменте и контроле как внутри, так и вне транснациональных корпораций; информация оказалась решающим фактором в возникающем глобальном локализме, с помощью которого увязываются и управляются международные и локальные проблемы и интересы; информация стала интегральной частью рабочего процесса и потому, что компьютеризация проникает во все сферы труда, и потому, что во многих профессиях доля информации существенно повысилась.

Внимательному рассмотрению Ф. Уэбстера подверглась теория информационного общества М. Кастельса. Главный аргумент М. Кастельса, который он выделил, состоит в том, что «информационная эпоха» возвещает появление «нового общества», которое возникает благодаря развертыванию сетей (обеспечиваемых информационно-компьютерными технологиями) и в котором приоритетное значение имеют информационные потоки. Кроме того, М. Кастельс никогда прямо не говорит о возникновении информационного общества. По его мнению, все общества использовали информацию, и соответственно термин «информационное общество» не имеет большой аналитической ценности для определения особенностей наступившей эры. Описывая наше время, М. Кастельс предпочитал термин «информациональный капитализм». Информационализм, ключевой для М. Кастельса термин, означает воздействие знания на знание как основной источник производительности, переход к «новой экономике», а также к «новому обществу». Термин «капитализм» дает М. Кастельсу возможность увидеть, что превалируют привычные формы экономических отношений (стремление к прибыли, частная собственность, принципы рыночной экономики и т.д.). Он отмечает, что «информациональный капитализм» — это особо безжалостная, захватническая форма капитализма, поскольку он сочетает в себе невероятную гибкость с глобальным присутствием (чего в предыдущих капиталистических эпохах не наблюдалось) благодаря сетевым связям.

Ф. Уэбстер отметил определенную двойственность М. Кастельса. С одной стороны, он подчеркивает глубинность перемен (недаром его труд называется «Информационная эпоха: экономика, общество и культура»), а, с другой, делает акцент на то, что капитализм продолжает свое существование и что он стал опаснее, укоренился сильнее, чем когда-либо прежде. М. Кастельс признает, что в наше время капитализм играет ведущую роль (а это означает непреложную истину, что прежние отношения продолжают и даже расширяются), и в то же время утверждает, что фундаментальные перемены наступают из-за установления «сетевого общества» и что эти сети служат необходимой предпосылкой будущей социальной организации. Неразрешенное противоречие между признанием, что капитализм есть самая главная характеристика нашего времени (преемственность), и утверждением, что информационализм имеет первостепенное значение (перемены), проходит через весь труд М. Кастельса.

М. Кастельс четко определяет направление развития сетевого общества. Новейшее международное разделение труда может быть различным, но общее направление его очевидно и имеет четыре варианта, а именно: производители высокой стоимости (основанной на информационном труде); производители больших объемов (основанных на невысокой стоимости труда); производители сырья (имеющего своей основой природные ресурсы); избыточные производители (пользующиеся обесцененным трудом).

Особое внимание Ф. Уэбстер обратил на разработку концептуальных аспектов «информационной эпохи». М. Кастельс проводит различие между тем, что он называет информациональным способом развития и капиталистическим способом производства. Капиталистичес-



кий способ производства исходит из марксистской традиции и связан с рыночной экономикой, производством ради прибыли, частной собственностью и т.п. Однако способ развития имеет отношение к средствам производства заданного уровня богатства. Индустриализм был одним способом развития, теперь же мы имеем дело с «социотехнической парадигмой», информациональным способом развития, который нам представляют как новый путь создания богатства. По М. Кастельсу, информациональный способ развития — это когда воздействие знания на знание само по себе становится главным источником производительности. Концептуальный аппарат теории вызвал сомнения Ф. Уэбстера. М. Кастельс утверждал, что мы можем рассматривать изменения по двум отдельным осям: по способу производства и по способу развития, когда первый обеспечивает богатство, а второй организует его. В этом контексте Ф. Уэбстер вспоминает теоретические предпосылки Д. Белла, потому что они очень близки позиции М. Кастельса. Последний постоянно проводит мысль о том, что «информационная технологическая революция» становится фундаментом, на котором строится здание сетевого общества. А это с неизбежностью означает, что М. Кастельс придерживается технократических взглядов на развитие общества, как и Д. Белл, а также все прочие теоретики «информационной эры». Таким образом, определенная технологическая база служит предпосылкой и определяет всю социальную и политическую жизнь. Это не только вопрос сужения политического выбора, но и позиция, которая резко противоречит большому числу социологических исследований технологических изменений, особенно тех, в которых утверждается, что ошибочно воспринимать технологию как автономный, асоциальный феномен, оказывающий при этом решающее воздействие на общество. В этом М. Кастельс серьезно расходится с современной социологической наукой, которая, несмотря на разные позиции авторов и школ, все же отрицает «технологический» подход к переменам и предпочитает изучать, каким образом технологические инновации встраиваются в социальные отношения.

Кроме того, Ф. Уэбстер остановился на положении М. Кастельса о том, что информациональный капитализм знаменует смену эпох. Поскольку капитализм не утрачивает позиций, вполне понятно, что М. Кастельс уверен — как говорит само название его трилогии, — что мы вступили в «информационную эпоху». Ф. Уэбстер предлагает поразмышлять над вопросом: как можно идентифицировать смену эпох? Он ставит под сомнение концепцию информации у М. Кастельса и пытается доказать, что она расплывчата, эклектична и запутанна, хотя и занимает центральное место в его описании смены эпох.

Таким образом, признавая, что М. Кастельс один из ведущих исследователей информационной эпохи, и его труд, как анализ направления и динамики развития современного мира, который демонстрирует, что информационные потоки и сети, которые их используют, занимают в наше дни центральное место, никем не превзойден, Ф. Уэбстер обращает внимание на проблемные точки, касающиеся существенных предметов: недооценка значительности классового неравенства, соотношение континуума и перемен в его доказательствах, неясность, что же он понимает под информацией, а также неизжитый технологический детерминизм, который лежит в основе его тезисов.

Особо Ф. Уэбстер исследовал анализирующих понятие «эра информации» марксистов. В качестве их представителя был выбран Герберт Шиллер — ученый, который признавал влияние информации на общественное развитие и рост этого влияния в XX в., соглашался с ее осевым значением для разворачивающихся в мире событий, но при этом утверждал, что информация и коммуникация — лишь основные составляющие давно сформировавшейся и хорошо известной капиталистической формации. С точки зрения Г. Шиллера, в информационной сфере доминируют именно интересы корпоративного капитализма. На первом месте в списке их приоритетов — развитие информации и информационных технологий в интересах частного бизнеса, а не в интересах общества в целом. Поэтому информационные технологии несут на себе, прежде всего, отпечаток корпоративного капитала, а уж потом — любой другой группы интересов в современном обществе. Рыночные отношения и классовое неравенство были основными особенностями капитализма с момента его зарождения, да и история корпоративного капитализма уходит в прошлое не менее чем на столетие, хотя некоторые наиболее яркие черты этой стадии проявились только в конце XX столетия. По Г. Шиллеру определяющими особенностями «информационного общества» стали те самые давно выявленные структурные составляющие и мотивы развития, которые свойственны капитализму. С его точки зрения, все, что говорится о тенденциях развития информации как о пути, ведущем к разрыву с прошлым, не заслуживает доверия. Как может быть, спрашивает Г. Шиллер, чтобы те силы, которые вызвали к жизни информационные технологии и информационный бум, были бы сами устранены своим творением? Гораздо более естественно предположить, что информационная революция как раз и выполняет задачу, которую перед ней поставили эти силы: она консолидирует капиталистические отношения и распространяет их на новые сферы. Таким образом, наблюдается двустороннее взаимодействие: с одной стороны, информационное общество — отражение императивов капиталистического общества, корпоративные и классовые интересы и приоритеты рынка оказывают решающее влияние на развитие новых компьютерных технологий, а с другой стороны — развитие информации позволяет сохранить и упрочить систему капиталистических отношений. Г. Шиллеру, по мнению Ф. Уэбстера, таким образом, удастся объяснить ключевую роль информации и информационных технологий, одновременно ссылаясь на историю капитализма и превращая информацию в важный фактор исторического развития.

Интересные замечания сделал Ф. Уэбстер относительно взглядов Юргена Хабермаса на историю развития публичной сферы. Даже в свои лучшие дни буржуазная публичная сфера не была средством, которое вполне было способно обеспечить то, что немецкий философ называет «неискаженной коммуникацией». А его рассказ о том, что происходило с этой сферой позже, еще более мрачен. Его интерпретация вполне укладывается в русло наиболее пессимистических прогнозов теоретиков Франкфуртской школы. Особенно характерны взгляды учителя Ю. Хабермаса Теодора Адорно: капитализм торжествует, самостоятельность индивида сведена к минимуму, крайне ограничены возможности критической мысли, в эпоху транснациональных медиаимперий и за-

полняющей все рекламы для публичной сферы просто больше не осталось места. Медийные корпорации заботятся, прежде всего, о рынке сбыта, производимая ими продукция направлена лишь на то, чтобы собрать максимально большую аудиторию для рекламодателей и поддерживать предпринимательство. В итоге они создают лишь разные виды развлекательной продукции: приключенческую стряпню, пустую болтовню, сенсации, сплетни о личной жизни знаменитостей, восторги по поводу современного образа жизни. Все это, раздутое до последних пределов, притягивает к себе и неплохо продается, но информации во всем этом ничтожно мало. Авторы этой продукции не ставят перед собой более серьезных задач, чем незаметно подталкивать аудиторию к непрерывному потреблению, но уж к данной цели они относятся серьезно. Таково краткое изложение Ф.У. Уэбстером взглядов выдающего философа современности. По его мнению, Ю. Хабермас идет дальше, чем сторонники К. Маркса. С его точки зрения, публичная сфера не только ослаблена вторжением рекламы и присущей ей этики, но ей еще нанесен существенный урон технологиями пиара. В этой связи на Ю. Хабермаса произвела сильное впечатление карьера Эдварда Бернайса — старейшины американского направления «управления общественным мнением». Ю. Хабермас рассматривает его карьеру как особенно показательную для эпохи гибели публичной сферы. Для него все, что представляет Э. Бернайс и его многочисленные последователи, связано с исчезновением характерной для публичной сферы традиции рационального обсуждения, на смену которой пришли лицемерие и манипуляции политиканов. Для Ю. Хабермаса это отказ от «критериев рациональности», лежавших в основе публичной дискуссии. Ф. Уэбстер отмечает, что некоторые исследователи не согласны с «полным упадком» этой сферы, который вытекает из работ Ю. Хабермаса, тогда как другие сомневаются, скрывается ли за словами «публичная сфера» вообще какая-нибудь реальность. Кроме того, Ю. Хабермас, не учел корыстных интересов профессионалов, которые обслуживали публичную сферу. И, наконец, неясно, что именно имел в виду Ю. Хабермас под рациональностью, которой он приписывает такое большое значение, говоря о публичной сфере. Несмотря на все эти недостатки, идея публичной сферы все же обладает большой притягательной силой и фиксирует внимание на связи между информацией и демократическим образом правления. Если допустить, что общественное мнение должно формироваться в результате открытого обсуждения, то эффективность этого процесса окажется обусловленной количеством информации, ее доступностью и способом доведения до потребителя. Проще говоря, наличие надежной и адекватной информации облегчает проведение полноценного обсуждения, тогда как недостаток ее, и тем более ее тенденциозность, почти неминуемо приведут к предвзятому решению и нелепому обсуждению.

Ф. Уэбстер отмечает, что сейчас, когда управление с помощью информации приобрело огромные масштабы и интенсивность, а его приемы стали гораздо более изощренными, появилась тенденция вообще отрицать его существование. Основополагающий принцип, лежащий в основе всех этих практик, либо замалчивается, либо отодвигается на второй план. А принцип сводится к тому, чтобы создавать такую информацию, которая бы убедила потребителя поступать (а иногда воз-

держиваться от действий) в соответствии с интересами тех, кто платит за эту информацию, т.е. управлять информационной средой людей с целью контролировать их поступки.

Ф. Уэбстер обратил внимание на то влияние, которое бизнес оказывает на формирование информационной среды. Здесь есть два момента. Во-первых, прослеживается четкая параллель: с одной стороны, политологи приходят к убеждению, что демократическим процессом нужно управлять, осторожно манипулируя информацией, с другой — в тот же период между двумя мировыми войнами растущий корпоративный сектор осознает, что общественное мнение может и должно оказывать все более сильное влияние на деловую жизнь. В ситуации, когда «враг» может иметь лишь очень ограниченный доступ к каналам распространения информации (в силу чрезвычайной ситуации с ее организационными, этическими и политическими особенностями), когда мы стремимся к победе (а не к торжеству истины), появляется масса возможностей для искажения и введения в заблуждение, да и мотивы, по которым прибегают ко лжи, в общем-то, легко понять. В подобной ситуации и политики, и военные рассматривают масс-медиа как средство борьбы с врагом, то есть орудие пропаганды. А когда после поражения Америки во Вьетнаме появилось мнение, что война была проиграна из-за неподконтрольности прессы и телевидения, власти стали гораздо внимательнее подходить к этой стороне «планирования военных действий».

Однако Ф. Уэбстер скептически отнесся к картине безудержного роста использования управления с помощью информации политиками, правительством и бизнесом, к тому, что публичная сфера деградирует под воздействием превратившегося в профессию «управления общественным мнением» и своекорыстного бизнеса. Он приводит ряд возражений. Первое связано с временными границами процесса упадка. Если мы возьмем в качестве отправной точки 1880-е гг., то должны будем прийти к другим выводам, чем если бы мы начали с 1980-х гг. Другое дело, если наш взгляд в прошлое охватывает любой промежуток за пределами одного-двух последних поколений. Тогда, считает Ф. Уэбстер, утверждать, что публичная сфера, в конце XIX в. была более развитой по сравнению с нашими днями, было бы по меньшей мере странно: в то время большинство населения не имело права голоса, а огромная его часть и вообще не могла читать. Ф. Уэбстер считает, что сегодня публичная сфера неизмеримо более доступна, чем когда-либо.

Но одновременно признается, что многие изменения в сфере информации создали потенциальную угрозу для публичной сферы и существенно расширили возможности манипуляции информацией. Сюда Ф. Уэбстер относит превращение знания в товар, нападки на общественные институты, упор на убеждение, а не обсуждение, эскалацию масс-медиа, ориентированных на рекламу, и пр. Таким образом, с одной стороны, количество лжи и подтасовок безмерно увеличилось, и в этом смысле публичная сфера, несомненно, сузилась. С другой стороны, есть и противоположные тенденции: у людей появились средства и желание шире участвовать в публичной сфере, а сама она приобрела более открытый характер, чем когда-либо ранее. Констатируется, что существенно повысился образовательный уровень населения, улучшилось

качество информации — она стала глубже, а количество ее источников — больше, чем когда-либо в прошлом, да и участвовать во всем, что связано с публичной сферой, теперь гораздо легче, чем прежде.

Еще одно возражение Ф. Уэбстера Ю. Хабермасу связано с тем, что само понятие публичной сферы является ценностно-ориентированным. Он считает, что в сущности, публичная сфера — это идеал, даже утопия, и поэтому любая реальная ситуация всегда будет выглядеть по сравнению с ней ущербной. Те, кто не согласны с нормативным подходом к публичной сфере, могут привести еще два частных возражения. Первое связано с тем, что историческая реальность не соответствует нарисованной Ю. Хабермасом картине. Имеется в виду что, нет смысла оплакивать упадок институтов публичной сферы, потому что общественные службы никогда не переживали свой золотой век. И вообще, приводит взгляды части ученых Ф. Уэбстер, идеал публичной сферы недостижим, потому что он утопичен. Одновременно Ф. Уэбстер говорит об ответах на эти возражения. Первый сводится к тому, что отстаивать идеал публичной сферы — не значит защищать прошлое и даже настоящее. Второй ответ относится к обвинению, что те, кто требуют реформы современных учреждений, ведут речь о возврате к воображаемому золотому веку общественных служб. Дело не в том, чтобы восстановить в прежнем виде институты, которые, возможно, неплохо работали до того, как рынок и правительства, вызывающие мало симпатий, их не испортили. Наконец, третий ответ адресован тем, кто не приемлет понятия публичной сферы на том основании, что оно утопическое. Этому понятию противопоставляется то, что дано нам в ощущении здесь и сейчас, и по сравнению с реальностью концепция Ю. Хабермаса предстает скучной и оторванной от жизни. Сам Ф. Уэбстер скептически относится к этой критике. Концепция демократии оказывает реальное влияние на нашу жизнь, хотя и не находится в ней полного воплощения. Понятие публичной сферы, может быть, и утопично, но оно реально в том смысле, в котором реально наше представление об идеальной демократии.

Уделяет внимание Ф. Уэбстер и анализу взглядов выдающегося британского социолога Энтони Гидденса. Тот поставил перед собой задачу заново переписать теорию общества и пересмотреть сложившееся представление о «современности». Э. Гидденс, по мнению Ф. Уэбстера, проявил ошеломляющие творческие способности: он одновременно подвергал критике сложившиеся концепции и с завидной изобретательностью формулировал новые подходы к объяснению тех изменений, которые происходят в мире. Проведя тщательный критический анализ теорий общества, он в начале 1980-х годов разработал теорию структуризации, а затем основательно исследовал понятие «рефлексивной модернизации». Начиная с конца 1980-х гг. Э. Гидденс пытается применить построенную им теорию, которая делает упор на понятие «выбор», совершаемый нами в мире «искусственной неопределенности», к практическому исследованию происходящих изменений.

Об информационном обществе Э. Гидденс писал мало. По мнению Ф. Уэбстера, его не интересовало обсуждение этого вопроса, главным образом потому, что он скептически относился к самой идее такого общества. С его точки зрения, сегодня мы живем в эпоху «радикальной модернизации», отмеченной масштабным проявлением особенностей,

которые вообще присущи современному обществу. Э. Гидденс утверждал, что современное общество с самого начала было «информационным». Теоретические построения Э. Гидденса приводят его к выводу, что особое значение, которое приписывается информации, она имела уже в далеком прошлом, а то, что сегодня информация приобрела еще большую ценность, не повод, чтобы говорить о сломе одной системы и возникновении новой, на чем настаивал Д. Белл, вводя свое понятие постиндустриального общества. Другими словами, Э. Гидденс считает, что в современном обществе произошла «информатизация» социальных связей, но это не значит, что мы приближаемся к новому «информационному обществу».

Ф. Уэбстер так формулирует основное положение Э. Гидденса: мир, в котором мы живем, в гораздо большей степени организован, чем тот, на смену которого он пришел. Наша жизнь запланирована и упорядочена так, как она никогда не была упорядочена ранее. Ключевым является положение о возрастающей организации социальной жизни. Развивая эту идею, он пишет о том, что из социальной жизни все чаще исчезают «встроенные» элементы. Под встроенными, или фиксированными, элементами понимаются те, которые контролируются не самим человеком, а общиной (деревней, племенем, церковным приходом) или самой природой (сменами времен года, ландшафтом, почвой). Подчиняясь встроенным верованиям или этическим нормам, человек в определенной ситуации делает то, «что должен»; установленные соседями или родной деревней правила поведения непреложны и не обсуждаются, как и безусловные нормы, установленные самой природой (коровы не могут оставаться недоенными, земля — незасеянной). Поведение современных людей принципиально отличается от этой модели: они по отдельности или коллективно выбирают, как жить, касается ли дело партнера по сексу или генетически модифицированного продукта. Такое развитие событий привело к важному последствию: люди стали отказываться принимать свою судьбу, свою долю как нечто неизбежное, на них больше не действует аргумент, что «это должно делаться так, потому что так делалось всегда». Э. Гидденс утверждает, что мы живем в «посттрадиционном» обществе, в котором все подвергается сомнению, а то и вовсе отвергается. Модернизация общества — это увеличение возможностей выбора для его членов, но она же требует на каждом уровне организации общества повышения рефлексивности. Под ростом рефлексивности Э. Гидденс понимает все более полное отслеживание ситуации (состоящее в сборе информации), которое позволяет нам накопить знание, необходимое для того, чтобы совершать выбор как в отношении себя, так и общества, в котором мы живем. Если сегодня мы выбираем себе религию в соответствии со своими личными убеждениями, то, значит, нам нужна информация о других религиях, чтобы сделать выбор. Все больше и больше людей выбирают себе стиль жизни, который им нравится, поэтому они хотят больше знать о разных стилях жизни, чтобы отказаться от того, который им навязывают. Выбор возможен только в условиях, когда у нас есть информация о существующей и о потенциально возможных ситуациях, к которым данный выбор может привести, поэтому без мониторинга таких ситуаций нам не обойтись. По тем же самым причинам вследствие роста рефлексивности требуется доступ к информации, он же приводит к развитию всех видов

масс-медиа в современном мире. Если отказ от встроенных элементов повышает рефлексивность, то другим следствием этого отказа становится изменение нашего отношения к будущему. Самое важное здесь то, что на основе сбора и анализа информации мы получаем возможность выбирать свое будущее, руководствуясь принципами оценки рисков. Имеется в виду, что сначала мы наблюдаем за происходящим, затем размышляем над тем, что увидели, а потом определяем, с каким риском связано каждое решение.

В посттрадиционном обществе постоянно существует повышенный спрос на информацию, вызванный, с одной стороны, тем, что все традиционные решения подвергаются сомнению, а с другой — стремлением к более полному контролю на всех уровнях — от политического и корпоративного до личного. В анонимном мире большого города о вас можно собрать даже больше информации, чем в деревне от соседей. Имеется в виду данные, которые накапливают налоговая служба, органы здравоохранения и местная власть. Пытаясь объяснить феномен все более широкого использования методов наблюдения за населением и появления жестких организационных структур, Э. Гидденс обращает особое внимание на роль государства. Ф. Уэбстер приводит точку зрения Э. Гидденса, согласно которой с момента своего зарождения национальные государства — это информационные общества, которые как минимум должны знать, кто является их членом, а кто — нет. Т.е. в своей основе все государства — «информационные общества», поскольку государственная власть подразумевает рефлексивный сбор, хранение и управление информацией, которая необходима для администрирования. Но особенностью национального государства является высокая степень интеграции его административных функций, а это в свою очередь требует более высокого уровня информационного обеспечения.

Особую роль Э. Гидденс уделит вопросам войны. Предшествующее поколение стало свидетелем заката индустриального образа ведения войн, на смену которому постепенно, но во все ускоряющемся темпе приходит тот, который можно назвать информационным. При этом способе ведения войны информационная составляющая приобретает гораздо больший вес, ее роль становится более ясной, а масштабы использования — более широкими, чем в эпоху индустриального образа ведения войн. В наши дни информация возникает в результате отслеживания поведения противника (или потенциальных противников), учета собственных ресурсов и ресурсов противника, управления общественным мнением у себя в стране и за границей. Информация пронизывает всю структуру военной машины, идет ли речь об использовании спутников для наблюдения за противниками, о компьютерах, которые хранят данные и оценивают любые потребности армии, об «умном» оружии, которое запрограммировано так, что стрелку остается только «выстрелить и забыть». Таким образом, информация теперь — это не только забота разведки, собирающей сведения о противнике и его ресурсах, сейчас она заложена в самом оружии и в системах, принимающих решения.

Образцом первоклассного «управления восприятием», по мнению Ф. Уэбстера, стало освещение масс-медиа войны 1991 г. в Персидском заливе: война привлекла внимание огромного числа медиа. Передава-

емая ими информация с театра военных действий была, по существу, совершенно «стерильной», до такой степени, что Жан Бодрийяр написал: утверждение «войны в заливе никогда не было» — истинно. Это была его реакция на то, как искусно союзники управляли телевидением и прессой. Информационный способ ведения войны требует использования совершенных технологий. Технологии ведения «кибервойны» информационно-насыщенны. Ф. Уэбстер считал, что уже сейчас мы можем говорить, что все поле боя оцифровано, хотя компьютеризацией охвачено не только оно, но и все системы командования и управления. При информационном способе ведения войны больше не требуется тотальной мобилизации граждан и промышленности. Для ведения таких войн необходимо использовать в военных целях самые последние достижения техники: электроники, вычислительной техники, телекоммуникаций и аэрокосмической отрасли.

Развитие информационного образа ведения войны, для которого так важно «управление восприятием», приводит, по мнению Ф. Уэбстера, к парадоксальным эффектам. С одной стороны, постоянно совершенствуются методы пропаганды. С другой стороны, получить нужный эффект от их использования становится все труднее, поскольку масс-медиа и средства коммуникации стали настолько развитыми, что использовать их для распространения нужной информации и только в нужном направлении становится все сложнее. Как профессиональная этика, так и циничное отношение к источникам информации приводит к одному и тому же результату: журналисты с все большим скепсисом относятся к якобы достоверным рассказам о ходе военных действий. Конечно, журналисты сами могут быть пристрастными или стать препятствием на пути распространения правды, отдавая предпочтение одной из версий происходящего. Нужно, однако, заметить, что тем, кто сейчас принимает непосредственное участие в военных действиях, очень сложно рассказывать о них. Конечно, о протестах против войны на родине масс-медиа все равно расскажут, возможно, что журналисты нападающей стороны даже окажутся в том месте, куда во время конфликта направлены удары их соотечественников (и не исключено, что именно с этого места они и будут вести свои репортажи), поэтому неприятные сообщения о развитии военных действий все равно появятся. Во время Балканской войны 1999 г. было много примеров этого: Д. Симпсон вел, например, для ВВС из Белграда репортажи, которые вызывали у правительства сильное раздражение.

Но настоящую тревогу Ф. Уэбстера вызывают два взаимосвязанных вопроса. Во-первых, власть может получить доступ к данным, которые собирали с совершенно иными целями. Например, полиция может заглянуть в ваше личное дело на работе, в медицинскую карту или в банковский счет. Во-вторых, объединение информации, содержащейся в разных базах данных. После того как большинство записей, которые ведутся государством (и далеко не только им), стали электронными, появилась возможность объединения информации, которая до этого хранилась порознь. Хотя на пути такого объединения поставлены некоторые препятствия, потенциальная угроза остается: на человека можно составить «электронный паспорт», который будет содержать полную картину его жизни.



Значительное внимание Ф. Уэбстером уделено взглядам постмодернистов. Он берется их исследовать, т.к. постмодернизм указывает, по крайней мере, на две причины, по которым информация играет особую роль в «постобществе». Во-первых, философы-постмодернисты рассматривают роль информации (и коммуникации) как отличительную черту новой эпохи. Во-вторых, ведущие авторы, примыкающие к этому направлению, такие как Ж. Бодрийяр и Р. Барт, анализируют понятие информации в совершенно иных терминах, нежели другие авторы, которые пишут об информационном обществе. Говоря об информации, они не используют экономические категории, не упоминают об изменениях в структуре занятости, не касаются обмена информацией во времени и пространстве. Информация интересует их как система знаков и символов. Они пишут о быстром развитии масс-медиа, гипнотическом воздействии этих средств, разнообразии медийных форм, видеозаписях и кабельном телевидении, рекламе и моде, об интересе к человеческому телу, тату и граффити. Они привлекают наше внимание к особенностям повседневной жизни, в которой мы окружены океаном знаков и символов. Тут у сторонников идей постмодернизма есть много общего с теми, кто пишет о новом информационном обществе, и это совпадение, по мнению Ф. Уэбстера, заслуживает пристального внимания.

Ф. Уэбстер определял постмодернизм как одновременно интеллектуальное движение и нашу повседневность: то, с чем мы сталкиваемся, когда смотрим телевизор, выбираем, в чем выйти на улицу, или слушаем музыку. То, что объединяет эти совершенно разные проявления, — наше отрицание сформировавшегося в новое время отношения к этим актам поведения. Конечно, отказываясь думать и поступать так, как было принято на протяжении нескольких столетий, мы бросаем нашему прошлому дерзкий вызов. Сам Ф. Уэбстер отрицательно относился к взглядам постмодернистов. Он так выделил основные черты постмодернизма как интеллектуального направления и как социального явления: неприятие образа мыслей, свойственного Новому времени, его ценностей и обычаев; неприятие любых претензий на установление истины, так как существуют только ее версии; неприятие стремления к аутентичности, поскольку все неаутентично; неприятия стремления к уточнению смысла, поскольку смыслов бесчисленное множество, и это делает безнадежным сам поиск смысла; удовлетворение от самой констатации различий между субъектами: в интерпретациях, ценностях и стилях; особое внимание к получению удовольствия, неотрефлектированного жизненного опыта и сублимации этой чистой аперцепции; удовольствие от поверхностного, видимости, разнообразия, изменений, пародий и стилизаций; признание существования творческого начала и игры воображения у обычного человека и основанное на этом пренебрежение детерминистскими теориями человеческого поведения.

Особое внимание Ф. Уэбстера обратил тезис постмодернистов: все, что мы знаем о мире, мы знаем через посредство языка. Для философов Просвещения было ясно: язык — это средство описания объективной действительности, слова не заслоняют нам действительность. Но постмодернисты утверждают, что это не более чем «миф о прозрачности» языка, просто прежние философы закрывали глаза на то, что символы и образы (т.е. информация) представляют собой единственную реальность,

с которой мы имеем дело. Таким образом, мы не разглядываем реальность сквозь «дымку» слов, наоборот, язык — это вообще единственная реальность, которая нам доступна. С точки зрения Ж. Бодрийяра, современная культура — это культура знаков. Все, с чем мы сегодня сталкиваемся, так или иначе касается значений, многое связано со стремительным развитием масс-медиа и при этом влияет на нашу повседневную жизнь, на процессы урбанизации и на возросшую мобильность населения. С этими положениями вполне можно согласиться. Мы постоянно получаем сообщения в любое время и отовсюду посредством газет, книг, радио, плееров, телевидения и Интернета. Константация такого положения вещей служит отправным пунктом для Ж. Бодрийяра: наша жизнь сегодня — это непрерывная циркуляция знаков о том, что произошло в мире (знаки новостей); какое впечатление вы хотите произвести на окружающих (знаки самого себя); какое положение в обществе вы занимаете (знаки статуса и уважения); какую функцию выполняет данное здание (архитектурные знаки); какие существуют эстетические предпочтения (афиши, сервировка, реклама) и т.д.

Ж. Бодрийяр не был склонен ни исправлять «искаженную коммуникацию», ни стремиться к «аутентичности». С его точки зрения, поскольку все сводится к значениям, искусственность и неаутентичность неизбежны, поскольку таковы знаки. Философы современности считают, что за знаками кроется какая-то реальность, может быть, искаженная в результате неправильного использования знаков, но тем не менее реальность, но для Ж. Бодрийяра все — только знаки. Поскольку это так, то избежать неаутентичности невозможно, и нет смысла делать вид, что это удастся. Зрители телевидения могут, конечно, смотреть последние известия, предполагая, что за увиденными ими знаками кроется реальность: «то, что происходит в мире». Но стоит только задуматься, и мы поймем, что последние известия — только версия событий, представленная с учетом контактов журналистов, доступности ньюсмейкеров, моральных ценностей, политических предпочтений тех же журналистов. Ф. Уэбстер задает риторический вопрос: если уж нам удастся показать, что телевизионные новости не действительность, а творение журналистов — задача, которую часто ставили перед собой исследователи, и ее может решить каждый человек, который записывает передачи последних известий, чтобы просмотреть их еще раз, — то как можно ждать, что в других случаях знаки описывают «истинную» ситуацию? Для Ж. Бодрийяра «действительность» начинается и кончается знаками на экране телевизора. Любой анализ этих знаков приведет не к более близкой к действительности версии новостей, а просто к появлению еще одного набора знаков, который якобы отражает какую-то скрытую за знаками реальность. Ж. Бодрийяр развивает эту идею дальше, утверждая, что в наши дни уже никого не удивит тем, что знаки неаутентичны, в культуре постсовременности это стало общим местом.

Ф. Уэбстер также анализирует взгляды итальянского философа Джанни Ваттимо, который считает, что количественный рост и распространение масс-медиа стали особенно важным фактором при переходе к постсовременности. Взрывообразный рост медийной сферы — эфирного и кабельного телевидения — подорвал веру общества Нового времени в истину и реальность. Если наиболее сильное впечатление на интеллекту-

альную верхушку сторонников философии просвещения произвело сопоставление альтернативных интерпретаций истории, то на основную массу людей больше всего повлияла, по мнению Д. Ваттимо, экспансия масс-медиа, она заставила их расстаться с привычкой рассматривать все события с одной точки зрения. Д. Ваттимо считал, что этот процесс носит прогрессивный характер, т.к. благодаря экспансии масс-медиа доступ к ним получили самые разные группы, регионы и страны, поэтому для всей этой аудитории не может быть одной реальности и одних перспектив, они неизбежно придерживаются разных взглядов на проблемы и события. Это и является условием свободы, а вера в реальность и связанные с ней методы убеждения («нужно поступать именно так, потому что это правильно») утратили свою убедительность.

Внимание Ф. Уэбстера привлек также Марк Постер, которому принадлежит идея о том, что граница между постсовременностью и предшествующим состоянием общества определяется тем, что М. Постер называет «модусами информации». Он имеет в виду, что само развитие информации привело к фундаментальным изменениям, и эта точка зрения особенно интересна, потому что, с одной стороны, это развитие идей Ж. Бодрийяра, а с другой — попытка понять роль тех технических инноваций, которые принесла с собой постсовременность. М. Постер утверждает, что распространение информационных технологий (а, следовательно, и электронного способа обмена информацией) оказало глубокое воздействие на наш образ жизни, на то, что мы думаем о самих себе, на нашу «сеть социальных связей». Развивая свою мысль, он предложил свою модель изменений в обществе, основанную на различных типах (модусах) «обмена символами». М. Постер выделяет три этапа: Этап, когда общение осуществлялось устно, лицом к лицу. Это соответствовало устойчивым, неизменным социальным связям, когда личность была тесно связана с определенной группой, и знаки соответствовали реалиям устоявшегося образа жизни; обмен символами сводился к явному выражению того, что и так было известно и одобрялось сообществом. Этап письменного общения, когда знаки представляли определенные концепции, а индивид вел себя в таком обществе рационально и ответственно. Этап электронного обмена сообщениями, когда знаки только симулируют, подделывают действительность и — что самое важное — теряют свой репрезентирующий характер.

Поддержка М. Постером постмодернистского сопротивления «режиму истины» прекрасно сочетается у него с увлечением новыми технологиями, особенно Интернетом. С его точки зрения, «сетяне» обретают возможность путешествовать, как они сами того пожелают, и существовать в мире, где нет принуждения; их положение обеспечивает им большую свободу, чем гражданам, чьи права и обязанности устанавливает национальное государство и западная система ценностей, которая навязывается сейчас всему миру. Для М. Постера век Просвещения с его упором на права и обязанности — всего лишь дискурс Запада, неявно поддерживающий империализм и колониализм. В то же время глобализация подрывает национальное государство, а Интернет обещает еще большую свободу, а главное, — свободу от гражданства, от тирании национального государства.

Работы французского философа Жан-Франсуа Лиотара привлекли внимание Ф. Уэбстера, поскольку их автор подробно останавливается на том, как развитие постсовременного общества привело к размыванию понятия об истине. Рассматривая эту проблему, Ж.-Ф. Лиотар ставит в центр внимания тенденции развития информации, считая, что именно эти изменения и привели к характерным для постсовременности сомнениям в том, можно ли вообще отличить истину от лжи. Ж.-Ф. Лиотар начинает анализ ситуации с изменения роли информации и знания в современном обществе, подходя к предмету более глубоко и с более общей точки зрения, чем другие постмодернисты. Он считает, что знание и информация претерпели глубокие взаимосвязанные изменения в двух направлениях. Во-первых, их производство все чаще ограничивается ситуациями, когда заранее известно, что они востребованы и эффективны, или перформативны. Он имеет в виду, что информацию собирают, анализируют и создают вновь лишь тогда, когда это полезно. Подобный подход может оправдываться системностью, когда сначала устанавливается, что нужно узнать, а программный подход предполагает, что информация создается только тогда, когда понятно, как ее практически использовать. В этом отношении любая информация приобретает черты компьютерной (да к тому же при малейшей возможности она действительно преобразуется в машиночитаемую, и тогда ее перформативные характеристики становятся легко измеримыми), она становится частью системы, в которой происходит оптимизация связи «входа» и «выхода», другими словами, ее «эффективности». Более того, как и в других системах, в этой возникает петля обратной связи: чтобы повысить эффективность системы, нужна информация, а критерии эффективности предполагают отбор той информации, которая повышает эту эффективность. Во-вторых, Ж.-Ф. Лиотар утверждает (здесь сказывается родство его идей, по мнению Ф. Уэбстера, с марксизмом), что информация все чаще и чаще становится товаром. Действуя совместно, два названные фактора приводят к возникновению ситуации постсовременности. Первый фактор — стремление к перформативности — вызывает снижение уровня, а то и отмирание всех видов знания, которые оказываются невостребованными и неэффективными. Второй фактор — и это можно рассматривать как закат мышления Нового времени — «добыча нового знания», которая традиционно была сосредоточена в университетах, где исследователи были заняты поиском «истины», смещается в иные края.

Ф. Уэбстер считает, что нужно согласиться с тем, что вопросы значения сегодня играют важную роль (Ж. Бодрийяр), что произошел определенный сдвиг в модальностях общения (М. Постер), что возросло разнообразие и «радиус воздействия» масс-медиа (Д. Ваттимо), и что в информационную сферу все шире проникают критерии эффективности и рыночные отношения (Ж.-Ф. Лиотар). Однако он против увлеченности постмодернистов релятивизацией любого знания, их полного отрицание истины, место которой заняло бесконечное разнообразие «истин». Ф. Уэбстер считает, что эта теория постмодернизма внутренне противоречива, она содержит в себе известный с древних времен парадокс лжеца («критянин сказал, что все критяне лгут»). Как можно согласиться с тезисами постмодернистов, если они утверждают, что тезисы ложны?

А как можно назвать рассуждения, авторы которых считают, что за самим дискурсом не кроется никакой реальности? Утверждениям постмодернистов Ф. Уэбстер противопоставляет принцип реальности, который утверждает, что наше воображение отражает действительность. Чтобы установить истину, приходится использовать язык, потому что вне языка истины не существует. Но это не меняет того факта, что истина — нечто больше, чем упражнения в языке. Более того, вероятно, мы никогда и не постигнем истину во всей ее полноте, но мы можем приближаться к ней, формулируя ее более четко, опираясь на более полную аргументацию, более достоверную фактическую базу, более строгое знание и более надежные методологические принципы.

Ф. Уэбстер жестко критикует Ж. Бодрийяра за релятивизм подходов. Он согласен с тем, что новости часто фабрикуются и что большинство из нас знакомы с событиями в Боснии, Косове или в Кашмире только на основании искусственных знаковых конструкций. Однако резко возражает против положения, что любые новости — не более чем подлог. Ф. Уэбстер считает это бессмыслицей хотя бы потому, что новости (во всяком случае, заслуживающие этого названия), все-таки отражают события, это отражение может быть искаженной картиной того, что реально произошло, но об этих искажениях мы можем судить, с одной стороны, сопоставляя альтернативные новостные программы, показывающие одни и те же события и комментирующие одни и те же факты, с другой — учитывая, что все корреспонденты каждый на свой лад реагируют на одну и ту же эмпирическую реальность. Если мы проводим такое сравнение, то должны отдавать себе отчет, что мы выбираем между более и менее адекватным отражением истинного положения вещей, истинного хода событий; именно возможность провести такое сравнение и опровергает точку зрения постмодернистов, которые считают, что нам доступна либо полная истина, либо вместо нее есть только бесконечный спектр «истин». По мнению Ф. Уэбстера, не столь даже важно, точно отражают новости реальность или нет, важно, что сама эта реальность существует, и новости базируются на ней. Отвечая на утверждение Ж. Бодрийяра, что перед нами только разыгрывается спектакль, лишенный всякого смысла, Ф. Уэбстер считал, что это опять-таки отражает его пренебрежение к любым эмпирическим свидетельствам. Конечно, современный мир переполнен сбивающими с толку и постоянно мелькающими перед глазами знаками, но это совсем не свидетельствует о том, что знаки утратили значение. Действительно, односторонняя интерпретация знаков стала делом исключительно трудным, но сложность — не повод утверждать, что знаки вообще стали не интерпретируемыми. Люди не ошалели от знаков, они не превратились в одуряченное «молчаливое большинство», каким его представляет Ж. Бодрийяр, считает Ф. Уэбстер.

М. Постер в значительной мере повторяет мысли Ж. Бодрийяра, и его мнение вызывает у Ф. Уэбстера примерно те же возражения. Кроме того, он делает еще одно замечание по поводу его эволюционной теории. Модель развития процессов коммуникации, в которой на смену устному и письменному общению приходит обмен электронными сообщениями, по своей природе носит число технократический, детерминистский характер и вызывает упреки в упрощенчестве.

Ф. Уэбстер соглашается с Д. Ваттини в оценке разнообразия точек зрения, которое проявляется с развитием медийной сферы. Телевидение дало нам, например, возможность, не выходя из дому, почувствовать, что ощущают люди, принадлежащие к другим культурам, и что чувствуют люди, живущие в нашем обществе, и часто эти ощущения оказываются будоражающими и необычными. Однако, по мнению Ф. Уэбстера, более внимательный анализ массы эмпирических данных свидетельствует, что это разнообразие не так уж и велико, и причем некоторые, прежде всего американская и в меньшей мере европейская точка зрения, решительно преобладают. Ф. Уэбстер считает, что согласиться с тем, что масс-медиа позволяют теперь взглянуть на мир глазами людей других культур и при этом сами растут экспоненциальным образом, еще не значит признать, что они «множат реальности». Напротив, нужно согласиться с такими исследователями, как Г. Шиллер, которые постоянно подчеркивают, что чужая точка зрения учитывается лишь в той мере, в которой это допускают идеологические и экономические соображения. Можно дать слово и другим культурам, но тому, что они хотят сказать, будет придана форма, приемлемая для медиакорпораций: их продукция должна продаваться, а это ограничивает коммуникативный потенциал таких культур, как китайская или украинская, и их возможности отвоевать заметное место в эфире. Основное возражение Ф. Уэбстера Д. Ваттимо и другим постмодернистам состоит в том, что их подход не опирается на анализ эмпирического материала, целью которого была бы оценка реальной продукции масс-медиа. Замечание Д. Ваттимо, что распространение масс-медиа привело к формированию «альтернативной реальности» кажется остроумным. Однако чтобы двигаться дальше, нужно понять, что скрывается за этим общим положением, показать, как изменилось видение мира (учитывая очевидные ограничения в доступе к масс-медиа) и в каком соотношении находятся разные взгляды. Для этого нужно понять, какую роль в этом играет власть, а этот фактор постмодернисты решительно игнорируют (даже если они и повторяют, как заклятие, что власть вездесуща).

То же отсутствие эмпирической базы характерно, по мнению Ф. Уэбстера, и для работ Ж.-Ф. Лиотара, хотя его идея о влиянии критериев перформативности и товарности на развитие информации и знания действительно ценна. Кроме того, Ж.-Ф. Лиотар обратил внимание на исключительно важную, но обычно остающуюся в тени сферу информационного общества, — на образование, и показал, как и туда проникают критерии перформативности и коммерциализация. Основной вопрос к Ж.-Ф. Лиотару связан у Ф. Уэбстера с его выводом о том, что вера в истинность любого знания утрачена, и для нас единственный выход состоит в том, чтобы просто ликовать по поводу своего освобождения от «тирании» истины. При этом его совершенно не интересует ничего, что связано с властью и корыстными интересами, хотя именно эти интересы и приводят к доминированию критериев перформативности и превращению информации в товар. Более того, если кто-то займется анализом этих процессов («это так потому-то и потому-то, и ситуацию можно изменить») и выявит тех, кто ради власти и корыстных интересов навязывает нам эти критерии, предлагая при этом возможный способ добиться изменения положения вещей, то, с точки зрения Ж.-Ф.

Лиотара, он станет сторонником взглядов Просвещения, то есть займется безнадежным делом совершенствования нашего мира.

Анализировал Ф. Уэбстер и взгляды Зигмунта Баумана, который выдвинул идею постсовременного общества. Хотя и там мало эмпирических данных, но для Ф. Уэбстера взгляд З. Баумана отличался удивительной проницательностью. Современное общество З. Бауман описывает как общество, стремящееся к порядку, стабильности и контролю над своими членами. Чтобы осуществить свои стремления, это общество использует государство, роль которого состоит в том, чтобы присматривать за своими гражданами, планирование, по крайней мере, в тех пределах, в которых это реально, рациональный подход, который призван принести большую уверенность в будущем и в том, что в будущем дела пойдут лучше. Постсовременность, наоборот, отличается нестабильностью и ощущением ненадежности, свертыванием роли государства и торжеством глобального рынка, который обещает свободу выбора, но заставляет людей опасаться за свое будущее, подозрительно относиться ко всему рациональному и, особенно, к экспертам, которые утверждают, что они лучше, чем кто-либо, понимают происходящее. Для постсовременности характерна замена контроля государства контролем потребителя, испытывающего при этом все соблазны консьюмеризма; характерна необходимость жить в мире, полном двусмысленностей и неопределенности. З. Бауман если и не сводит постсовременность к капитализму, то подчеркивает их тесную связь. Толчок к бурному развитию неолиберализма дало падение коммунизма и ускорение глобализации, которая стала ключевым элементом развития потребительского, поверхностного стиля жизни, который характерен для постсовременности. З. Бауман не очень четко прослеживает связь между капитализмом и постсовременностью, но то, что он подчеркивает ориентацию этого общества на рыночные ценности, противопоставляет его постмодернистам, которые считают, что постсовременность представляет собой решительный разрыв с прошлым. Таким образом, постсовременность обладает набором качеств, которые могут быть выявлены упорным исследователем, а когда они выявлены, то помогают разобраться в изменениях, переживаемых нашим обществом. Ф. Уэбстер писал, что говоря о постсовременности, мы имеем виду характерное для нашего мира состояние брожения, неустойчивости, текучести, скепсиса, иронии и нестабильности любых отношений. Один из наиболее выдающихся социологов, занимавшихся постсовременностью, З. Бауман, в качестве одного из основных признаков нашего времени указывал на нашу постоянную неуверенность, которая является обратной стороной огромного пространства выбора, которое у нас появилось. Попав в постсовременность, мы понимаем, какое количество препон исчезло с нашего пути по сравнению с предшествующими поколениями, но одновременно мы оказываемся перед тяжелым выбором, как нам жить дальше, при том, что ясные критерии для выбора исчезают. З. Бауман также обращает наше внимание на постоянно возникающие перед нами «соблазны», которыми постоянно искушают нас реклама, маркетологи и знаменитости, используя все возможности масс-медиа и других средств воздействия на наше воображение, тогда как предшествующая система постоянно стремилась держать под контролем источники этих

соблазнов. Внимание, которое уделяют постмодернисты знакам и значению, симуляции и неаутентичности, влиянию критериев перформативности, если они применяются к знанию и информации, особой роли электронных способов распространения информации, — представляют интерес для изучения явления информационной революции. Хотя при этом, по мнению Ф. Уэбстера, очень сомнительно, что мы вступаем в новую историческую эпоху. Напротив, большая часть особенностей, которая приписывается постсовременности, вполне объяснима в терминах давно уже наблюдающихся тенденций развития общества. Такие объяснения уже предлагали социологи вроде Г. Шиллера, Ю. Хабермаса, Э. Гидденса и Д. Харви. Как и теория постиндустриального общества, теория постмодернизма провозглашает примат информации и одновременно появление совершенно нового типа общества. Но так же как и в случае постиндустриального общества, эта теория, считает Ф. Уэбстер, не выдерживает испытания критикой.

Целью своей работы Ф. Уэбстер считал исследование информации как фактора, влияющего на сегодняшнюю жизнь. Отправным пунктом тут стало утверждение, которое единодушно повторяют многие исследователи современности. Они все признают, что дело не столько в количественном росте информации, сколько в том, что она стала играть основную, стратегическую роль в нашей деятельности, начиная с отдыха, включая деловую активность и работу правительства. Но во всем остальном ученые ведут бурные дискуссии. Хотя все согласны, что информации стало больше и это как-то влияет на современный образ жизни, дальше идут одни разногласия. Ф. Уэбстер придерживается мнения, что понятие информационного общества вводило в заблуждение, особенно тем, что намекало на существование нового типа общества. Ф. Уэбстер полностью убежден, что для понимания современного общества очень важно разобраться в тенденциях развития информации, но сценарии, в которых фигурирует информационное общество, мало помогают в решении этой задачи. Резко критикует Ф. Уэбстер технократический детерминизм многих исследователей. Очень многие исследования эры информации начинались с наивного утверждения, справедливость которого принималось как нечто очевидное: «произошла «информационная революция», которая имела важные социальные последствия, из этих последствий можно предвидеть такие-то и такие, а такие-то уже можно наблюдать». Такой тривиальный подход и такая замечательно прямолинейная логика: технологические инновации привели к социальным изменениям! — восклицает Ф. Уэбстер. Он считает, что отправная точка их исследований, если они хотели изучить тенденции развития информации и изменения в других сферах, была выбрана неверно. Сейчас, по крайней мере, в социальных науках, стали избегать технократического детерминизма, который долгое время доминировал в рассуждениях на тему информации.

Ф. Уэбстер считал, что существуют несколько причин с осторожностью относиться к идеям о принципиально новом характере информационной эпохи. Одна — ловушка презентизма, то есть представления, что наше время радикальным образом отличается от всего, что было до него. Конечно, различия есть: совершенно очевидно, что каждый момент времени уникален. Но если рассматривать события в историчес-



кой перспективе, то видно, как легко допустить ошибку, переоценивая значение новаций. Вторая причина приходит на память, когда видишь, с каким энтузиазмом сторонники новой информационной эпохи предлагают принять все, что она с собой несет на том основании, что мы уже вступили в новую эпоху. Так легко убедить людей, что они ничего больше не могут изменить, а должны вести себя так, чтобы лучше приспособиться к реалиям новой эпохи. Напротив, если мы будем выявлять, что было раньше и как возникли новые реалии, и при этом сделаем акцент на преемственность, то у нас появится надежда: что было сделано руками человека, то может быть этими руками и исправлено.

С точки зрения Ф.Уэбстера, понять тенденции развития информации можно, только учитывая историю развития капитализма и его потребностей. История, конечно, не стоит на месте, поэтому никто не утверждает, что капитализм сегодня такой же, каким он был вчера. Говоря о современном капитализме, нужно учитывать его специфические черты: роль огромных транснациональных корпораций, интенсификацию и глобальные масштабы конкуренции (которая, в свою очередь, вызвала стремительные изменения в самой структуре капитала), относительное сокращение роли национального суверенитета и, конечно, прежде всего, глобализацию. Хотя глобализация — это исключительно сложный феномен, она сводится в основном к тому, что весь мир выстраивается в соответствии с западной моделью. Утверждая это, Ф. Уэбстер вовсе не считал, что «выстраивание» всего мира по западному образцу принесет стабильность. Напротив, еще одной особенностью глобализации стало усиление конкуренции: некогда изолированные друг от друга миры оказались связанными друг с другом. Ф. Уэбстер подчеркивал, что глобализация равносильна торжеству того, что можно было бы назвать цивилизацией бизнеса. Т.е. мир при всем своем разнообразии, все в большей мере следует ряду общих принципов: способность платить становится основным критерием, который определяет доступ к товарам и услугам; услуги будут все чаще предоставляться частными фирмами, а не общественными службами; доступ к товарам и услугам будет определяться прежде всего на основе рыночных критериев; выживет то, что приносит прибыль, а то, что приносит убытки, исчезнет; основным способом регулирования рынка станет конкуренция в противоположность административным мерам; товарные отношения, то есть отношения, которые регулируются спросом и предложением, станут основной нормой; частная собственность будет преобладать над государственной; наемный труд станет основной формой организации трудовой деятельности.

Особое внимание Ф. Уэбстер обращал на роль теоретического знания вообще и в современном обществе в частности. Вопрос о теоретическом знании редко возникает среди философов и социологов, интересующихся информационным обществом. Теоретическое знание имеет мало общего с информационными технологиями, с качествами информации как товара, сдвигами в структуре занятости или с информационными потоками (хотя, конечно, каждая из этих тем какое-то отношение к теоретическому знанию имеет). Однако легко заметить, что речь идет об одной из характерных черт нашего времени. Термин ввел Д. Белл, но он, по мнению Ф. Уэбстера, мало обращал внимания на само явление,

увлекшись такими количественными показателями, как распространение высшего образования и занятость в сфере исследований и разработок. Под теоретическим знанием здесь понимается абстрактное, обобщаемое и кодифицированное знание. Теоретическое знание составляет суть современных общественных отношений. При этом Ф. Уэбстер напоминает, что это утверждение отнюдь не означает, что мы живем в информационном обществе. Конечно, теоретическое знание может быть где-то не очень четким, но роль, которую оно играет, отличает наше общество от предшествующих, и потенциал этого знания проявляется в том, что оно позволяет влиять на будущее. Ф. Уэбстер считает, что после того как мы твердо установили роль информации в развитии капиталистического общества и признали место рефлексивной модернизации и теоретического знания, накоплением которого сопровождается развитие капитализма, мы создали исключительные условия для управления собственным будущим.

Работа Ф. Уэбстера представляет собой выдающуюся попытку проанализировать основные концепции современного общества. Стоит только отметить, что сам автор, к сожалению, не четко обосновал собственное видение современного этапа развития человечества.

### ***Питер Дракер***

Известный американский экономист Питер Дракер (он является одним из создателей современной теории менеджмента) считал, что новую стадию развития общества нужно назвать обществом знания. Т.е. это то общество, где главным экономическим ресурсом есть знание, а остальные ресурсы (полезные ископаемые, капитал, труд) приобретаются при помощи знания. Началом нового периода развития человечества П. Дракер считал 1980-1990-е гг., когда бурно развивались информационные технологии и происходила глобализация рынков, хотя свою периодизацию общества знания начинал еще с конца второй мировой войны. Таким образом, знания заменяют капитал в качестве основного ресурса, традиционные факторы производства (натуральные ресурсы, труд и капитал) становятся вторичными и приобретаются при помощи знания. Меняется структура общества, власть переходит от обладателей капитала к обладателям знаний. Работа делится на профессиональную (создание и применение знаний) и сервисную (низкоквалифицированную и низкооплачиваемую) [Drucker P.F., 1993; по Алешина И., 2000].

Ядром его концепции является идея преодоления традиционного капитализма при переходе от индустриальной экономике к хозяйству, основанному на знаниях и информации, преодоление капиталистической частной собственности, формирование новой системы ценностей современного человека и трансформация национального государства под воздействием процессов глобализации экономики и социума. Современная эпоха, по его мнению, представляет собой время радикальной перестройки, когда с развитием новых информационно-телекоммуникационных технологий человечество получило реальный шанс преобразовать капиталистическое общество в общество, основанное на знаниях [Дракер П., 1999; по Чернов А.А., 2003].

П. Дракер соотносит прогресс с тремя этапами изменений роли знаний: 1) применение знаний для разработки орудий труда и техно-

логий; 2) применение знаний при организации трудовой деятельности; 3) знания как основное условие производства знаний. При этом традиционные факторы производства, такие как земля, капитал, труд, отходят на второй план, т.к. их можно без особых усилий получать при помощи знаний. Знания представляют собой реальную полезную силу, средство достижения экономических и социальных результатов [Дракер П., 1990: 95; по Колодюк А.В., 2004: 22-23].

П. Дракер подчеркивает роль, которую сыграло лидерство в области техники и технологий в развитии Великобритании, США, Германии, а также в резком скачке Японии, Южной Кореи, Тайваня, Сингапура. Революция в производительности труда, наступившая вследствие новых технологий, привела к тому, что пролетариат превратился в средний класс, которому есть что терять, т.е. «пролетарий» превратился в «буржуа». Знания также привели к революции в области управления, т.е. помогают отыскать наиболее эффективные пути применения информации для получения необходимых результатов. При этом меняется и властная структура общества: власть постепенно переходит от владельцев капитала к тем, кто владеет знаниями и информацией, а также технологиями их использования. Что касается капитала, то при этом происходит его перераспределение в пользу тех, кто владеет знаниями и технологиями. А.В. Чугунов так обобщил взгляды П. Дракера на этапы развития общества:

Этап	Годы	Тип революции	Объект инвестиций	Основные ресурсы	Тип развития
1	1700/1900	Промышленная	Средства производства	Техника и природные ресурсы	Экстенсивное
2	1900/1945	В производительности труда	Производственные отношения	Человек и капитал	Интенсивное
3	1945/н.вр.	Революция в управлении	Информационные технологии и системы управления	Знание и виртуальный капитал	Интенсивное

*[Дракер П., 1990; по Чугунов А.В., 2000].*

### **Рольф Йенсен**

Информационное общество только недавно вступило в свои права, а мы уже наблюдаем появление работ, посвященных следующим типам обществ. Датчанин Р. Йенсен в 1998 г. попытался обосновать наступление после информационного общества следующей стадии развития человечества — общества мечты. В этом обществе основная часть покупок будет осуществляться под воздействием эмоций. Товары будут апеллировать к сердцам, а не головам. На рынке победит тот, кто добавит эмоциональности товарам и услугам. Будущее, по образному выражению Р. Йенсена, принадлежит рассказчикам. Т.е., в обществе мечты компании, сообщества и отдельные люди будут преуспевать на основе своих историй, а не вследствие обладания информацией [Йенсен Р., 2002: 14, и далее].

Р. Йенсен делает несколько выводов, которые могут помочь применять логику общества мечты: 1) будущее сливается с настоящим и надо

действовать по правилам общества мечты, чтобы опередить конкурентов; 2) дни общества информации сочтены (Р. Йенсен приводит динамику общественных изменений и прогнозирует, что общество мечты наступит в ближайшее время); 3) все, что можно автоматизировать, будет автоматизировано (по Р. Йенсену, информационное общество изживает себя через автоматизацию, которая уничтожит рабочие места). Р. Йенсен приводит как пример наступления нового общества то, что в Дании яйца от кур на свободном выгуле захватили более 50 % рынка. Потребители не хотят, чтобы куры жили в тесных клетках, желательно, чтобы они могли свободно гулять. Это приводит к удорожанию продукта на 15-20 %, но потребители оказались готовы платить за это. Р. Йенсен считает, что такие истории, так же как и сказки, говорят «напрямую с сердцем, а не с мозгом». Современное общество характеризуется научностью и рационализмом, анализом и практицизмом, но завтрашнее будет обществом эмоций, историй и ценностей: «рынок чувств затмит рынок вещей». Р. Йенсен считал, что заканчивается эра ориентации на приобретение материальных благ, растет интерес к эмоциональной стороне.

По Р. Йенсену, современные корпорации тяготеют к тому, что ключевые ценности важнее «ключевого бизнеса», т.е. вместо четких организационных схем предлагается набор основополагающих ценностей. Как пример ценности в товаре приводятся наручные часы, цена которых отражает их функциональную ценность плюс добавленную стоимость — историю о том, что собой представляет их владелец.

Наступлением общества мечты также объясняется популярность спортсменов и артистов, прогнозируется, что они должны возглавить списки самых высокооплачиваемых людей. Они представляются в роли рассказчиков, которые могут рассказать историю победы, с которой можно ассоциировать товары.

Носителем информации в обществе мечты будет картинка, т.е. наступит поворот к визуальной культуре. Другим видом сырьевого ресурса будут истории, мифы и легенды. Их будут искать в затерянных племенах.

Можно по-разному относиться к прогнозам футурологов, в частности, Р. Йенсена. К сожалению, большинство из них носят умозрительный характер и не подкреплены эмпирической базой. В частности, Р. Йенсен прогнозирует наступление общества мечты, основываясь фактически только на изменениях в маркетинговой политике. Но эти изменения наступили примерно в то же время, что и первые упоминания об информационном обществе — 60-е гг. XX ст. Возможно, эти изменения следует рассматривать как одну из характеристик информационного общества. В период зрелого индустриализма произошло насыщение рынка товарами и услугами одинакового качества и одинаковой ценовой категории. В этих условиях, продукты позиционируются не по своим потребительским качествам, а по апеллированию к ценностям потребителя. Вряд ли это можно назвать новой страницей в истории человечества. Так же неубедительны ссылки на то, что мы вступаем в эпоху, когда человек переориентируется с материальных на духовные ценности. Во многих традиционных обществах материальные ценности не были первоочередными. Таковыми они не являются и сегодня во многих восточных обществах. Без сомнения, информационная эпоха не

последняя в истории человечества. Но сегодня еще не хватает научных разработок о перспективах его развития.

### ***Александр Бард и Ян Зодерквист***

Александр Бард и Ян Зодерквист видят развитие цивилизации через электронные сетевые структуры. По их мнению, в информационном обществе возникает новое нетократическое мировоззрение. Информацию тут является основой цивилизации, а перераспределение власти происходит вследствие революционных трансформаций базовых технологических условий, т.е. базовая гегемония обеспечивается фундаментальными технологиями. Переход к сетевому обществу благодаря глобальной компьютерной сети Интернет происходит вне контроля человека, он неминуем, технологии живут собственной жизнью, они изменяют наш лексикон, мышление (стиль жизни — В.И.), т.е. происходят радикальные изменения интеллектуальной среды существования. При этом новая парадигма скорее напоминает жидкость, а не твердую структуру. При этом важную роль играют масс-медиа. По мнению шведских исследователей, всеобщая медиатизация является одним из признаков информационного общества. Медиа живут собственной жизнью и активно участвуют в формировании новой власти — нетократии. Для увеличения независимости и власти масс-медиа стремятся избегать давления со стороны политиков, делая их основной мишенью своей критики. Они формируют миф о политиках как коррупционерах, которые обманывают избирателей. Таким образом, медиа начинают курировать политическую арену, превращая политиков в актеров мыльной оперы. Избиратели же играют пассивную роль наблюдателей. В медиадраматургии квалификация и компетентность политиков уступают место телегенности, сексуальности, способности обеспечивать шумные скандалы (агрессивности — В.И.). При этом то событие, на которое медиа не обратили внимание, не считается событием вообще. Статистические данные на страницах или в эфире медиа не свидетельствуют об общественном мнении, а формируют его. Нормой политической жизни становится «духовный стриптиз» — внимание к личной жизни политиков, а не серьезные проблемы, которые требуют осмысления. Результатом, по мнению А. Барда и Я. Зодерквиста, станет гибель института избирательной демократии и полная диктатура масс-медиа. Политики же будут иметь только церемониальные функции. Такой пессимистический прогноз вызывает несколько скептическое отношение. Теория еще одного масонского заговора, теперь со стороны медиа, не подкрепляется фактическими данными. Медиа, хотя и имеют определенное влияние на поле политики, но не формируют его в принципиальных вопросах. Они разобщены и плюралистичны и по своим взглядам, и по структуре собственности. Кроме того, не медиа порождают коррупцию в политике, они только сообщают о ней. И если этих сообщений не будет, то коррупция не исчезнет, а наоборот расцветет.

Авторы противопоставляют старой философии, которую они называют тоталистической и которая характеризуется линейным путем развития, с известным началом и прогнозируемым концом, а также нераздельным объектом — эго, философию мобилистическую, ведущую начало от учения Гераклита, где существование рассматривается как

конфликт разноплановых сил с динамическим равновесием между ними. Преимущество новых гегемонов — нетократов, базируется на осознании разницы между информацией и знанием, при этом эксклюзивное знание играет особую роль. Монополия на эксклюзивное знание делает нетократию доминирующим классом. При эксклюзивном потреблении деньги теряют свою ведущую социальную роль, которую они имели при капитализме. Тут на первый план выходят знания и контакты, принадлежность к группе избранных. При этом властная иерархия имеет сетевую природу. Для того чтобы попасть в сеть, которая находится на вершине иерархии, надо быть привлекательным для этой сети, т.е. иметь талант, умение манипулировать сетевой информацией, привлекать к себе внимание. Эту власть трудно локализовать, еще труднее удержать и преумножить. Шведские авторы выделяют три категории нетократов: 1) этерналисты — мыслители, которые объясняют нетократическую реальность; 2) нексиалисты — участники сети, находящиеся в ее узлах; 3) кураторы — те, кто обеспечивают связь между нексиалистами и указывают им путь. Они являются наиболее могучей группой, а их мировоззрение формируется этерналистами. Т.е. кураторы занимают место политиков, нексиалисты — предпринимателей, этерналисты — ученых. Для защиты доступа к информации будут использоваться не авторские права и патенты, не системы киберзащиты. Защитой тут будет служить способность работать с большими массивами информации и создавать связи, а угрозой — появление новых талантов в этой сфере. Ниже нетократических систем существуют сети, построенные по капиталистическому принципу. В них принимают участие те, кто может это себе позволить. Нижний же уровень занимает консьюмитариат, участники больших сетей неограниченного потребления, в которые может попасть любой. Классовое неравенство приобретает при этом более жесткие формы, чем при капитализме, т.к. ее нельзя преодолеть перераспределением. Более того, так как необходимые нетократией качества генетически обусловлены и только шлифуются в процессе образования, в будущем возможно, что кандидаты в нетократы будут определяться по генетической карте в детском возрасте. Шведские исследователи считают, что ошибочной является позиция теоретиков информационного общества, которые рассматривают прозрачность сетей как путь к открытому обществу с реализацией принципов демократии, когда все участники сети будут иметь одинаковые возможности влияния и доступ к информации. Причиной будет разная способность к усвоению и обработке знаний. Т.е. те, кто окажется не в состоянии овладеть сложной информацией, не станут членами соответствующей сети, не смотря на ее открытый характер. Также вызывает у них скепсис идея сетевой демократии. Интернет зачеркивает понятие нации (и государства — В.И.), он глобален по своей природе. Политическая система приобретет характер плюархии. В сети каждый себе хозяин, таким образом поддержание порядка окажется под серьезным давлением. Исчезнет грань между дозволенным и преступным, а политические решения будут приниматься внутри закрытых систем. Наиболее важными признаками нового общества станут плюрализм и разнообразие, культ информации. Однако бесконечный информационный поток, без возможности его осмыслить превратится в своеобразную «дымовую завесу», которая не даст воз-

возможности ориентироваться в происходящем. Т.е. избыток информации будет играть ту же роль, что раньше играла цензура, позволяя при помощи информации манипулировать пользователями. Это сознательная стратегия для удержания контроля над обществом [Бард А., Зодерквист Я., 2004; по Башук А.И., 2007].

### **Френсис Фукуяма**

Политологический подход к изменениям в современном обществе, в частности, попробовал представить американский исследователь Френсис Фукуяма. Он считал, что в течение второй половины XX века в США — так же, как и в других экономически развитых странах — постепенно был осуществлен переход к тому, что получило название «информационное общество», «век информации» или «постиндустриальная эра» [Фукуяма Ф., 2005: 10, и далее]. Этот переход состоял из ряда связанных друг с другом элементов. В частности, в экономике производство как источник богатства все в большей степени заменяет сфера обслуживания. Роль информации и интеллекта, воплощенных как в людях, так и во все более умных машинах, становится всеобъемлющей, а умственный труд все в большей степени заменяет труд физический. Производство глобализируется по мере того, как недорогие информационные технологии делают все более легким распространение информации через национальные границы, а средства быстрой связи — телевидение, радио, факс и электронная почта — размывают границы устойчиво существовавших в течение долгого времени культурных сообществ.

Общество, базирующееся на информации, по мнению Ф. Фукуямы, все в большей степени способствует возрастанию свободы и равенства — двух вещей, которые люди в современной демократии ценят больше всего. Свобода выбора — будь то свобода выбора кабельных каналов, дешевых торговых центров или друзей в Интернете — приобретает все более неограниченный характер. Иерархии всех видов, и политические, и корпоративные, подвергаются давлению и начинают распадаться. Власть больших, негибких бюрократических образований, которые стремились посредством правил, предписаний и принуждения контролировать все и вся в пределах своей сферы влияния, была подорвана переходом к экономике, основанной на знании; это способствует росту самостоятельности индивида, обретаемой благодаря доступу к информации.

Отход от индустриальной эры начался примерно с середины 60-х гг. XX ст. Этот период до начала 90-х, был также отмечен серьезным ухудшением социальных условий в большей части индустриализированного мира. Стали расти уровень преступности и социальная дезорганизация, в результате чего центральные районы городов богатейших стран становились почти непригодными для проживания. Продолжавшийся более двухсот лет упадок родственных связей как социального института резко ускорился во второй половине XX века. Наконец, доверие к общественно-политическим институтам претерпевает, по мнению Ф. Фукуямы, глубокий упадок. В конце 50-х годов большинство населения США и Европы выражало доверие своему правительству и своим согражданам, но только незначительное меньшинство сделало это в начале 90-х. Характер участия людей в жизни друг друга также изменился. Хотя нет данных, подтверждающих, что люди стали меньше общаться,

их взаимные связи имеют тенденцию становиться менее постоянными, налагающими меньше обязательств и включающими меньшее количество участников.

Эти перемены носили драматический характер, все они имели место во многих странах, находящихся примерно на одинаковом уровне развития, и происходили примерно в один и тот же период истории. По мнению Ф. Фукуямы, они создали Великий Разрыв в социальных ценностях, преобладавших в обществе индустриального века в середине XX века. Было ли всего-навсего случайностью то обстоятельство, что все эти негативные социальные тенденции, которые в совокупности отражают деградацию социальных связей и общих ценностей, объединяющих на Западе людей, имели место именно тогда, когда экономика в этих обществах совершала переход от индустриальной эры к информационной? Гипотеза Ф. Фукуямы заключается в том, что данные тенденции на самом деле тесно связаны, и вместе со всеми благодеяниями, проистекающими из более сложной экономики, основанной на информации, в нашей социальной и моральной жизни произошли также определенные неблагоприятные изменения. Связи между двумя тенденциями были технологическими, экономическими и культурными. Меняющаяся сущность труда вела к замене физического труда умственным, побуждая тем самым миллионы женщин искать работу и подрывая традиционные представления, на которых была основана семья. Инновации в медицинских технологиях, такие как противозачаточные таблетки и увеличивающееся долголетие, уменьшили роль семьи и продолжения рода в жизни людей. На рынке и в лаборатории культура радикального индивидуализма способствует прогрессу и инновациям, но ведь она распространилась и в сфере социальных норм, где, в сущности, привела к разрушению всех форм власти и ослаблению связей, скрепляющих семьи, соседей и нации.

Однако считал Ф. Фукуяма, в этом есть и своя положительная сторона: социальный порядок, однажды подорванный, стремится переустроиться заново, и имеется немало признаков того, что сегодня именно так и происходит. Подобного можно ожидать по одной простой причине: человеческие существа по своей природе — создания социальные: их наиболее глубокие побуждения и инстинкты ведут их к тому, чтобы творить моральные правила, которые связывали бы их вместе, образуя общности. Они также по природе существа еще и рациональные, и их рациональность позволяет им спонтанно создавать различные способы сотрудничества друг с другом. Религия часто способствует этому процессу, но она не является обязательным условием социального порядка, как то полагают многие консерваторы. Не является им и сильное государство, расширяющее свою сферу влияния, как утверждают многие левые. Естественное состояние человека — не война «всех против всех», как полагал Томас Гоббс, а скорее гражданское общество, упорядоченное наличием множества моральных правил.

Ф. Фукуяма констатировал много факторов, характеризующих переход от экономики индустриальной эры к экономике информационной эры, но один из самых важных касается природы работы как таковой. Информационная экономика заменяет материальный продукт информацией: вместо строительства новых дорог разрабатываются



транспортные схемы, благодаря которым водители более эффективно используют существующие трассы; вместо хранения больших запасов сырья системы управления обеспечивают своевременную доставку на фабрики именно того количества, которое необходимо, и именно в тот момент, когда нужно. В таком мире услуги образуют гораздо большую часть национальной экономики, а традиционное производство сокращается. Человеческий капитал оплачивается все выше и выше. Мир, изобилующий вакансиями для низкоквалифицированных голубых воротничков, исчез в 70—80-х гг. XX ст. В результате международной конкуренции, дерегулирования и — что наиболее важно — технологических изменений было создано множество новых рабочих мест, требующих высокой квалификации, и множество видов низкоквалифицированного труда начало исчезать. В своей наиболее выраженной форме экономика эпохи информации заменяет физический труд умственным, а в таком мире женщинам неизбежно отводится гораздо большая роль. Семьи стали меньше по размеру и будут продолжать становиться меньше в обозримом будущем. Через пару поколений большинство европейцев и японцев, может быть, будут связаны узами родства только со своими предками. Впервые в человеческой истории может стать обычным, чтобы в живых одновременно оказывались взрослые представители трех поколений. Могут появиться новые формы конфликтов и среди коренных жителей — к примеру, борьба между поколениями, если (или когда) представители старшего поколения откажутся дать дорогу молодым.

Ф. Фукуяма считал, что даже если мы должны ограничить наше уважение по отношению к буржуазным добродетелям, можно допустить, что рыночные общества одновременно вредят и помогают моральным взаимоотношениям. Продажная любовь или увольнение служащего с многолетним стажем ради увеличения производительности в самом деле может сделать людей циничными. Но и обратное также случается: люди приобретают социальные связи на рабочем месте и учатся честности и благоразумию, будучи вынужденными работать с другими людьми длительное время. Кроме того, социальный капитал и внутренние неформальные нормы становятся даже более значимыми при переходе от индустриальной к постиндустриальной, или информационной экономике, а ее сложность и технологический уровень растут. Комплексная деятельность должна быть самоорганизующейся и самоуправляющейся. Возможности для этого, если они не создаются основной культурой, будут обеспечиваться частными фирмами, так как от этого зависит их производительность. Мы можем видеть это в новых формах, организации, которые охватывают американские фабрики и учреждения в течение последних двадцати лет, и в особенности в концепции сети. Современные постиндустриальные капиталистические экономики будут создавать постоянный спрос на социальный капитал. В долгосрочной перспективе они также скорее всего; окажутся способны обеспечивать достаточное количество социального капитала, чтобы удовлетворить спрос. Ф. Фукуяма писал, что мы можем быть более или менее уверены в этом, поскольку известно, что частные лица ради достижения собственных эгоистических целей будут стремиться создавать социальный капитал — добродетели, связанные с ним, — та-

кие, как честность, надежность и взаимность. Бог, религия и вековые традиции полезны для этого процесса, но не являются необходимыми.

Практика показывает, считал Ф. Фукуяма, что Великий Разрыв оживает себя и что процесс обновления норм уже начался. Рост преступности, разводов, внебрачной рождаемости и недоверия в начале 90-х гг. значительно замедлился, и даже обнаруживают тенденцию к снижению во многих странах, в которых раньше наблюдались вспышки беспорядков. Пик числа разводов пришелся на начало 80-х годов, а число рождений детей у матерей-одиночек перестало увеличиваться. Списки лиц, получающих социальные пособия, сократились почти так же значительно, как и уровень преступности, в результате реформы системы государственного социального обеспечения, прошедшей в 1996 году, а также в результате благоприятных условий, обеспечивающихся экономикой 90-х годов с ее почти стопроцентной занятостью. Уровень доверия и в организациях, и на личном уровне также значительно повысился в период с начала по конец 90-х годов.

Взгляды Ф. Фукуямы касаются только незначительной части социальных изменений, происшедших с переходом общества к информационной фазе развития. Кроме того, не учитываются изменения в связи с острым экономическим кризисом 2008 г. Однако, прогнозы этого популярного американского политолога провоцируют размышления об изменении в социальном статусе полов, реакции индивида на новые условия труда, трансформацию организационных бизнесовых и государственных структур.

### ***Владислав Иноземцев***

Следует особо отметить вклад в развитие теории постиндустриального общества российского исследователя В.Л. Иноземцева. Он посвятил этому вопросу целый ряд своих работ. В частности, В.Л.Иноземцев проследил связь теории постиндустриального общества с другими экономическими, социальными и политологическими концепциями XX ст. Прежде всего, это представления о трехсекторной модели общественного производства (40-е и 50-е годы), разграничивающей всю национальную экономику на первичный (сельское хозяйство и добывающие отрасли), вторичный (обрабатывающая промышленность) и третичный (сфера услуг) секторы; о стадиях экономического роста (50-е и начало 60-х годов), часто отождествлявшихся с этапами развития самой цивилизации; представления о возможности формирования «единого индустриального общества», чрезвычайно популярные среди технократов в 60-е годы, а также некоторые положения теории конвергенции, позволявшие рассматривать с относительно унифицированных позиций противостоявшие в то время друг другу восточный и западный блоки [Иноземцев В.Л. d, 2000, и далее]. Анализируя концепции постиндустриального общества, В.Л.Иноземцев отмечает, что подавляющее большинство исследователей называли в качестве его главных признаков радикальное ускорение технического прогресса, снижение роли материального производства, выразившееся, в частности, в уменьшении его доли в совокупном общественном продукте, развитие сектора услуг и информации, изменение мотивов и характера человеческой деятельности, появление нового типа вовлекаемых в производство ресурсов,

существенную модификацию всей социальной структуры. При этом, постиндустриальное общество противопоставляется индустриальному и доиндустриальному по трем важнейшим параметрам: основному производственному ресурсу (в постиндустриальном обществе им является информация, в индустриальном — энергия, в доиндустриальном — первичные условия производства, сырьё); типу производственной деятельности (он рассматривается в постиндустриальном обществе как последовательная обработка [processing] в противоположность изготовлению [fabrication] и добыче [extraction] на более ранних ступенях развития); характеру базовых технологий (определяющихся в постиндустриальном обществе как наукоемкие, в эпоху индустриализма — как капиталоемкие и в доиндустриальный период — как трудоемкие).

Доктрина постиндустриализма критикуется В.А.Иноземцевым за излишний объективизм, так как не дает исследователю инструмента анализа причин того развития, которое привело к становлению индустриального, а позднее и постиндустриального общества. Переход от одной формы общества к другой рассматривается скорее как данность, а не как процесс, обладающий внутренней логикой и противоречиями. Фактически не предлагая комплексной оценки процессов перехода от доиндустриального общества к индустриальному, не сопоставляя его с процессом становления постиндустриального общества, концепция постиндустриализма фиксирует и объясняет лишь современные социальные трансформации, не пытаясь применить полученные результаты для построения глобальной социологической теории, что делает многие ее положения и выводы несколько поверхностными.

В.А. Иноземцев отдельно выделял концепцию информационного общества. Он, в отличие от многих исследователей, рассматривал ее как составную часть постиндустриальной теории. Он считал, что в контексте постиндустриальной методологии многие конкретные тезисы, предложенные в ходе исследования информационного общества, способны углубить наши представления о современном мире. В то же время, подчеркивал В.А. Иноземцев, доктрина информационного общества подтверждает, что и сегодня концепции, пытающиеся определить формирующееся общество на основе одной из его характерных черт, обладают гораздо меньшими прогностическими возможностями, нежели рассматривающие его в комплексном противопоставлении предшествующим историческим этапам.

В.А. Иноземцев выдвинул концепцию постэкономического общества, под которым понимал такой тип социального устройства, где хозяйственная деятельность человека становится все более интенсивной и комплексной, однако не определяется более его материальными интересами, не задается традиционно понимаемой экономической целесообразностью.

Детально проанализирована В.А. Иноземцевым теоретическая связь между марксизмом и постиндустриализмом. В частности, В.А. Иноземцев отмечает, что впервые понятие экономической эпохи в развитии общества было предложено К. Марксом. Используя преимущества немецкой терминологии, он выделил так называемую «экономическую общественную формацию» (oekonomische Gessellschaftsformation) в качестве центрального звена исторической эволюции человечества.

По мнению К. Маркса, эта эпоха включала азиатский, античный, феодальный и современный, буржуазный способы производства и завершала собой предысторию человеческого общества. Объединяя в экономическую общественную формацию ряд весьма разнородных общественных форм, основатель марксизма считал экономическим такой способ взаимодействия между членами социума, который определялся не религиозными, нравственными или политическими, а в первую очередь стихийно складывавшимися производственными факторами. В то же время следует подчеркнуть, что терминологически К. Маркс никогда не выстраивал совершенно, казалось бы, логичной триады «доэкономическое — экономическое — постэкономическое общество»; первое определялось им как «архаическая», или «первичная» общественная формация, а последнее — как коммунистический строй. Это, по мнению В.А. Иноземцева, обусловило серьезное снижение прогностических возможностей марксистской теории.

В.А. Иноземцев выделил черты, связывающие марксизм и концепции постиндустриализма [Иноземцев В.А., 1997: 29, и далее]. Он считал, что сочетание позитивистского метода с элементами скорее диалектического мироощущения, нежели диалектического анализа, позволили К. Марксу создать свою концепцию общественных формаций, которая может быть названа первым в истории примером адекватного подхода к социальному прогрессу.

Во-первых, и марксистская концепция, и теория постиндустриального общества основаны на признании того, что источником прогресса цивилизации и его измерителем выступает совершенствование форм и методов материального производства. Какие бы оценки того или иного общества в марксизме или постиндустриализме мы ни взяли, они так или иначе связаны с осмыслением степени совершенства материального производства. Превосходство одного из обществ над другим марксисты оценивают в том числе и по более высокой производительности труда, постиндустриалисты — по источникам энергии и формам производственного процесса; одно из известных марксовых членений исторического процесса — на периоды личной зависимости, вещной зависимости и свободной индивидуальности — хронологически весьма мало отличается от выделения доиндустриального, индустриального и постиндустриального обществ.

Во-вторых, и это представляется В.А. Иноземцеву наиболее существенным, обе теории выделяют в истории человечества три большие фазы, причем такое выделение построено на близких методологических принципах, и эту близость можно обнаружить сразу на нескольких направлениях. Так, основоположники марксизма различают соответственно архаическую, экономическую и коммунистическую общественные формации, а сторонники постиндустриализма — аграрное, индустриальное и постиндустриальное общество или первую, вторую и третью «волны» в истории цивилизации на основе оценки форм и методов общественного производства в соответствующих социумах. И те, и другие признают каждое из предложенных делений относительно абстрактным, и мысль К. Маркса и Ф. Энгельса о том, что коммунизм представляет собой «движение, уничтожающее современное состояние», вполне гармонирует с идеей Д. Белла о постиндустриальном обществе

как абстракции, созданной для упорядочения наших знаний о перспективах прогресса цивилизации. Ни первые, ни вторые не считают возможным говорить о четких хронологических границах общественных формаций и индустриального общества; К. Маркс в письме В. Засулич прямо заявляет о периоде смены общественных формаций как об отдельной исторической эпохе, Р. Арон признает трудности обнаружения хронологических пределов того или иного общества. Сторонники обеих теорий считают, что каждая новая общественная формация, равно как и каждая новая фаза истории в понимании постиндустриалистов, не отрицает и не замещает предшествующей, а «покоится на ней как на своем базисе» (К. Маркс) или «добавляет к ней новое измерение».

В-третьих, как основоположники марксизма, так и классики постиндустриальной теории отмечают, что переходы между общественными формациями и границы индустриального общества ознаменованы революционными изменениями. При этом и те, и другие признают, что переход от первичной общественной формации к вторичной или от доиндустриального общества к индустриальному представлял собой длительный процесс, который революционен скорее по своей сущности, чем по характеру; переход же, опосредующий смену экономической общественной формации (*oekonomische Gesellschaftsformation*) коммунистической и индустриальной цивилизации постиндустриальной представляется как основоположникам марксизма, так и сторонникам постиндустриальной теории революцией, способной радикально изменить ход истории и кардинально преобразовать человеческое общество. Согласно известному мнению Ф. Энгельса, революция пролетариата будет отлична от предшествующих революций как революция социальная от революций политических; переход к постиндустриальному обществу представляется сторонникам данной теории «наиболее значительной из социальных революций в истории человечества».

В-четвертых, существует значительное сходство в изображении того социума, который трактуется как коммунистическая общественная формация или как постиндустриальное общество. Этот аспект следует, разумеется, рассматривать, делая поправку на исторический период создания марксовской теории. В середине XIX в. было невозможно предвидеть технологические прорывы конца XX столетия, однако и при этом основоположники марксизма не раз говорили о техническом прогрессе как основе преобразования общества. Теоретики постиндустриализма, создавшие свои теории тогда, когда информационная революция стала реальностью, также определяют постиндустриальное общество как социум, основанный на высоких технологиях, причем делают это уже не в качестве прогноза, а констатируя имеющие место в реальной жизни изменения. С другой стороны, К. Маркс и Ф. Энгельс совершенно справедливо обозначали грядущее историческое состояние как общество свободной индивидуальности. Развитие способностей человека, экспансия субъект-субъектных взаимодействий, замещение трудовой деятельности проявлениями творческой активности — все это отмечают в качестве основной характерной черты нового состояния и исследователи постиндустриального общества. Общая направленность обеих теорий остается гуманистической, а рассматриваемые ими идеалы — достойными человека целями.

В-пятых, можно отметить весьма интересные терминологические сходства между марксистской и постиндустриальной доктринами. Они, конечно, могут быть и совершенно случайными, но, скорее всего, свидетельствуют о чем-то большем, нежели простом совпадении. И основоположники марксизма, и такие известные авторы теории постиндустриального общества, как Г. Кан и Д. Белл, рассматривают третью большую фазу общественной эволюции как постэкономическую. Симптоматично и то, что ряд постиндустриалистов, в частности Й. Горовиц, говоря о современном хозяйстве, отмечают, что понятие факторов производства может быть заменено термином «модели общения»; похожий термин — «форма общения» — активно использовался и К. Марксом в тот период творчества, когда его концепция еще не была тотально подчинена целям обоснования необходимости революционного изменения общества.

Эти элементы сходства вызваны тем влиянием, которое оказала марксистская социология на авторов теории постиндустриального общества, один из основателей которой, Д. Белл, прямо говорит о своих коллегах как о постмарксистах.

В.Л. Иноземцев отдельно подчеркивал, что в настоящее время невозможно дать детальное определение основных характеристик нового социума, зарождающегося в недрах развитых западных обществ. Его становление сравнимо по своему масштабу не столько со сменой буржуазным обществом феодального, опосредованной быстрой промышленной революцией, сколько с гигантским периодом перехода от примитивной общины к состоянию относительно развитой рыночной экономики. Оставаясь на прочном фундаменте науки, нельзя, по мнению В.Л. Иноземцева, заглянуть в будущее настолько далеко, чтобы уверенно говорить о важнейших принципах функционирования нового общества. Определение формирующегося общественного состояния в качестве постэкономического наиболее адекватно современному уровню знаний не только потому, что оно как бы воспроизводит уже воспринятые социологией понятия постиндустриализма и постмодернити. Оно, с одной стороны, подчеркивает основное направление социальной эволюции, с другой — отмечает, что человечество, выходя в перспективе за пределы экономической организации, остается при этом общественным организмом, хотя основные принципы социального взаимодействия могут существенно трансформироваться. Таким образом, понятие постэкономического общества фиксирует как изменчивость, так и преемственность, неизбежно присутствующие в развитии цивилизации.

Важнейшим методологическим следствием концепции постэкономического общества В.Л. Иноземцев выдвинул тезис о трех масштабных эпохах человеческой истории: доэкономической, экономической и постэкономической. Такое разграничение осуществляется по двум важнейшим критериям: типу человеческой деятельности и характеру соподчинения интересов личностей и общества в пределах каждой из эпох. На ранних этапах истории деятельность людей осуществлялась на основе инстинктивных побуждений, присущих человеку как биологическому существу, и проистекала прежде всего из необходимости противостоять природе, угрожавшей самому его существованию. Постепенно она приобретала все более осознанный ха-

рактор, порождая систему сознательно координируемых общественных усилий. Человек стал не только противостоять окружающему миру, но и выделять себя из числа себе подобных. Средством преодоления сил природы стал отчуждаемый материальный продукт, воплощавший собой основную цель сознательной деятельности. И наконец, на высших ступенях прогресса у человека появилось стремление к развитию самого себя как личности, причем главным результатом деятельности в этом случае оказывается сам человек — носитель уникальных качеств и способностей. Таким образом, трем гигантским эпохам общественного прогресса соответствуют три основных типа деятельности: предтрудовая инстинктивная активность, вызываемая, по сути дела, животными, инстинктивными побуждениями; труд как осознанная деятельность, направленная на преобразование внешней природы ради достижения материального результата; и творчество, не мотивированное утилитарным образом, но направленное прежде всего на максимальное развитие личности самого творческого субъекта.

В.Л. Иноземцев отмечает, что переход от аграрного общества к индустриальному отнюдь не привел к исчезновению сельского хозяйства. Его доля в общественном продукте снизилась, а доминирующие в обществе производственные отношения стали определяться индустриальным укладом, но не более того. Точно так же при переходе к постиндустриальному обществу индустриальный сектор производства не исчезает, но лишь сокращает свою долю в валовом национальном продукте. Все более значительную роль играют наукоемкие, информационные отрасли производства, где возникают новые отношения, исповедуются новые ценности, рождаются новые противоречия — и все это формирует облик постиндустриального общества. Именно это порождает предпосылки для вытеснения труда как типичного для всей экономической эпохи вида человеческой активности творчеством — качественно отличным типом деятельности, скрывающим в себе основные признаки постэкономического общества. Творчество побуждается стремлением человека к самосовершенствованию, и целью его выступает сам человек; однако при этом оно сохраняет черты труда как осознанной орудийной деятельности и по-прежнему может осуществляться в форме материального производства. В процессе творческой деятельности главное значение имеет не характер воздействия человека на вещество природы, а взаимодействие между людьми.

Таким образом, делает вывод В.Л. Иноземцев, анализ соподчинения интересов также приводит к выводу о трех глобальных периодах в истории человечества. Во-первых, это эпоха доминирования коллективного интереса (материального или нематериального) над личным; во-вторых, эпоха превалирования личного материального интереса над интересами сообщества (которые отчасти становились некоей результирующей интересов отдельных людей); в-третьих, эпоха, когда основные интересы большинства людей выходят за традиционно понимаемые материалистические пределы и поэтому не пересекаются друг с другом как взаимоисключающие.

Все эти казавшиеся вечными принципы устраниются в условиях становления постэкономического порядка. Затраты материалов и труда лишь незначительно влияют на качество получаемого результа-

та, если основным ресурсом при его производстве выступают знания; подобный продукт оказывается невозпроизводим, а деятельность человека в такой степени способствует его интеллектуальному и духовному развитию, что становится самодостаточной. Обретая статус независимой от затрат труда и материалов переменной, продукты творческой деятельности оказываются неисчерпаемыми и потому безграничными, а ее подлинный результат, воплощающийся в развитии человеческой личности, — индивидуальным и неотчуждаемым. Постэкономическая хозяйственная система отвергает эксплуатацию и частную собственность, а отношения обмена утрачивают свою стоимостную природу, присущую им в экономическую эпоху. Переход от экономической эпохи к постэкономической, отмечает В.Л. Иноземцев, трактуемый в качестве постэкономической трансформации, может быть сопоставлен по своему значению лишь с процессом становления самого экономического общества, потребовавшим многих столетий человеческой истории.

Уделил место В.Л. Иноземцев и анализу информационной революции, понимаемой им в духе технологического детерминизма.

Отдельные положения трудов В.Л. Иноземцева касаются вопросов использования природных ресурсов. Он считал, что новые технологические решения позволяют не только все более экономно использовать конечные и невозобновляемые природные ресурсы, но в ряде случаев вообще отказываться от их применения, находя им замену в быстро расширяющейся номенклатуре воспроизводимых синтетических материалов. По мнению В.Л. Иноземцева, сегодня можно утверждать, что технологическая революция последних десятилетий практически полностью сняла с повестки дня проблему скорой исчерпаемости минеральных и энергетических запасов, в результате чего постиндустриальные страны живут сегодня в новом мире — мире неограниченных ресурсов. Однако отметим, что покамест развитие человечества не дает оснований для такого оптимизма.

В.Л. Иноземцев делает такие общие выводы:

Во-первых, общественное богатство во все большей степени ассоциируется сегодня с обладанием информацией и знаниями. С одной стороны, сами эти факторы становятся важнейшим условием повышения эффективности производства и тем самым создают то богатство, присвоение которого этими обладателями обеспечивает нарастающую неравномерность в распределении национального достояния. С другой стороны, владение правами на новые технологические достижения обеспечивает невиданный приток инвестиций и резко повышает рыночную цену высокотехнологичных компаний, тем самым лишь усиливая отмеченное выше имущественное разделение современного общества.

Во-вторых, продукция как третичного, так и вторичного секторов производства все более приобретает признаки невозпроизводимости и уникальности. Создание наукоемкого продукта, не говоря уже об информации и знаниях, во многом идентично процессу общения (очного или заочного) его производителя с создателями иных знаний; именно усвоение личностью информации, полученной другими людьми, является условием формирования и накопления нового знания. Потребление как информации, так и продукции ряда отраслей третичного сектора (в



частности, образования, здравоохранения, а в еще большей степени — культуры) требует немалых усилий со стороны потребляющего субъекта, и эффект такого потребления может существенно различаться в зависимости от индивидуального характера восприятия.

Таким образом, в-третьих, ориентация на широкомасштабное производство массовых благ как основу благосостояния общества быстро уходит в прошлое. По мере ускорения процесса демассификации и даже дематериализации производства, представляющего собой объективный базис формирования современного постиндустриального общества, важнейшим фактором конкурентоспособности экономики становится степень ее технологизации, а главным богатством той или иной страны или той или иной корпорации становятся ее граждане или работники. В подобной ситуации доминирование постиндустриального мира над всеми остальными регионами планеты, которое начало формироваться еще в 80-е годы, становится совершенно очевидным и необратимым.

В.Л. Иноземцев считал, что методологически неверно говорить о становлении в западных странах постиндустриального общества. Он утверждал, что основой для перехода к обществу нового типа должны быть не только новые технологии и знания, но и изменения самого человека, обретение им качественно новой мотивации. Хозяйства постиндустриального типа, отмечал В.Л. Иноземцев, имеют уникальное свойство, достигнув определенного уровня, развиваться далее, не преобразуя общественного механизма, а формируя относительно нейтральный в экономическом и социальном отношении сектор [Иноземцев В.Л., 2001: 151].

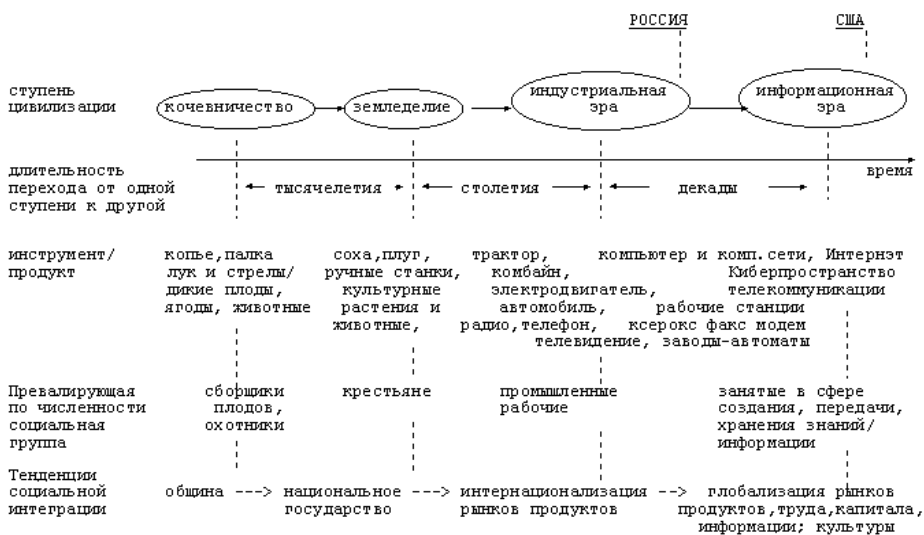
Взгляды В.Л. Иноземцева идут в русле общей традиции западной постиндустриальной мысли. При анализе изменений, происходящих в обществе, он приходит к тем же выводам, что и большинство исследователей постиндустриализма. Расхождения (например, положение о том, что теория информационного общества — это часть постиндустриальной теории) незначительны. Как и многие исследователи постиндустриализма В.Л. Иноземцев выдвигает собственную концепцию и собственное определение (постэкономическое общество), которое, тем не менее, остается полностью в духе общих положений постиндустриализма. Интересны исследования В.Л. Иноземцевым марксистских истоков постиндустриальной теории. Стоит также отметить, что при анализе информационной революции и развития экономики последних десятилетий В.Л. Иноземцев (как и большинство западных исследователей постиндустриализма) отдал дань техническому детерминизму.

### ***Другие подходы к теории информационного общества***

В советской науке критический подход к теориям постиндустриального общества разрабатывался, естественно, в рамках марксистско-ленинской методологии. Так, теория постиндустриального общества определялась как одна из распространенных в современной буржуазной социологии концепций, основанная на положениях индустриализма и технологического детерминизма, согласно которым определяющим в развитии общества является уровень развития промышленности. Низкий уровень означает доиндустриальное общество, высокий — индустриальное, а уровень, при котором важно не развитие индустрии, а рост производства информации, сферы обслуживания, — постиндустриальным.

Наука и сфера обслуживания становятся тут главной производительной силой и основой технического и социального прогресса [Краткий..., 1989: 240-241]. При резко критическом классовом подходе и критике технологического детерминизма не отбрасывалось, однако, то, что на основе информатизации общества в развитых странах осуществлена структурная перестройка экономики.

С легкой руки Э. Тоффлера и других стало модно изображать развитие человечества в зависимости от степени развития производства и преобладающих продуктов. Вот как эту схему попробовала обобщить И. Алешина.



[Алешина И., 2000].

При этом развитие ступеней цивилизации и динамика длительности переходов, вывод о резком ускорении темпов общественных изменений основаны на взглядах О.Маркля [Markley O.W., 1995: 13-15]. В целом, И.Алешина считает, что компьютерные сети, обеспечивающие мгновенную связь разных точек мира, определили становление информационной стадии человеческой цивилизации, а для информационной эры характерно доминирование, а также высокий темп роста информационного сектора в системе создания национального благосостояния, в структуре занятости населения, в структуре используемых технологий и в системе приоритетов государственной инвестиционной политики.

Многочисленные попытки периодизации истории человечества анализирует И.А. Негодаев [Негодаев И.А., 1999]. Одна из первых попыток была сделана в книге пророка Даниила Ветхого Завета, где история общества была поделена на золотое, серебряное, медное и железное царства. Позже появились попытки классификации истории в зависимости от способа производства. Например, Лукреций Кар выделял этапы первобытного, охотничье-собирающего и скотоводческо-земледельческого общества. Широко известна периодизация истории К.Маркса и Ф.Энгельса. В зависимости от способа производства они

делили историю развития общества на первобытнообщинную, рабовладельческую, феодальную, капиталистическую и коммунистическую. Из исследователей информационного общества наиболее известна классификация Э.Торффлера. Первая волна тут сельскохозяйственная цивилизация, вторая — индустриальная и третья — информационная.

Украинская исследовательница О.Н.Флор попробовала выделить факторы, которые определяют роль теории постиндустриализма: 1) по ее мнению, это единственная социальная метатеория, полностью воспринятая западной научной традицией. Она по своей сути позитивистская, а развитие этой теории происходило в результате международной дискуссии, свободной от идеологических влияний (спорное утверждение — В.И.). Эволюционное развитие привело к тому, что концепция постиндустриализма стала основой для большинства современных моделей развития; 2) концепция постиндустриального общества является оптимальным соединением элементов социофилософской теории и характеристик прикладных доктрин, связывает историческую периодизацию и типизации с определением структуры, характера исторического места современного международного сообщества; 3) теоретики постиндустриализма описывают новое общество через понятия прогресса научного знания и технологических достижений, доминирующую роль науки, образования, высоких технологий; 4) концепция постиндустриализма критически оценила расслоение мира на капиталистический и социалистический, считая это несущественным в плане цивилизационного развития; 5) динамика прогресса развивающихся стран, кризис идеи технологического прыжка привела к распределению мира на постиндустриальный и иной. Научные разработки теоретиков постиндустриализма О.Н.Флор делит на три группы. К первой принадлежат работы Дж.Гелбрайта, П.Дракера, С.Хантингтона, Л.Туроу, для которых характерна идея комплексного рассмотрения глобальных проблем, способность авторов к глубокому и неординарным обобщениям, идеализация западных обществ и «национально-заангажированный» подход, мешающий объективно оценивать глобальные процессы. Вторую группу составляют работы Ф.Фукуямы, Л.Эдвинсона, Т.Сакайи, Р.Инглетарта, посвященные актуальным проблемам жизнедеятельности социума, роли социальноактивной личности в процессах трансформации, прогностическому моделированию отношений в новом обществе. Тут соединяются общетеоретические и прикладные проблемы. Работы М.Кастельса, Э.фон Вайцзекера, А.Турена, Д.Мидоуз, Д.Мидоуза, Э.Ловинса, Л.Ловита, Р.Райха, А.Гора, С.Хантингтона (автор отнесла его и к первой, и к третьей группе) отнесены к третьей группе и выявляют противоречия между теоретическими взглядами и практическими исследованиями, на основе обобщения которых выявляются динамические коллизии современного и будущего. О.Н.Флор считает, что исследования третьей группы по постановке проблем, теоретическим выводам являются дискуссионными и требуют глубинного анализа современной эпохи. Основными методологическими подходами в концепции постиндустриального общества являются: 1) общетеоретическое осмысление перспектив и ведущих сил современной цивилизации; 2) радикальное переосмысление принципов развития мировой экономики; 3) отношения постиндустриальных государств в политической системе международного сообщества; 4) гло-

бальная культура и этика в информационном обществе; 5) становление нового психотипа личности, трансформация мотивации поведения в глобальном мире [Флюр О.М., 2004: 11-15].

В.Д.Демченко выделяет три этапа разработки идеи информационного общества в коммуникативистике. На первом (вторая половина XX ст.) идеи перехода к обществу, основывающемуся на развитии информационно-коммуникационных факторов, переключались с постиндустриальными теориями. На втором этапе (1980-е гг.) разрабатывались уже собственно модели информационного общества, основанного исключительно на развитии компьютерной техники. Третий период (с 90-х гг. XX ст.) характеризуется переходом от технологического детерминизма к большему вниманию к человеческому фактору. Современные исследования занимаются историко-общественным прогнозированием реальных достоинств и преград на пути к информационному обществу, на особенностях этого процесса в глобальном и национальном измерениях [Демченко В.Д., 2006: 13].

В.А.Иноземцев отмечает две особенности истории возникновения информационного общества. Первая заключается в том, что 70-80-е гг. XX ст. характеризовались быстрым распространением технологических достижений и рывком вперед стран, которые производили и усваивали информацию и знания. Вторая особенность — в сильном влиянии японских исследователей, которые выполняли прикладную задачу прогнозирования экономического развития своей страны. В 70-х гг. XX ст. произошло слияние концепций информационного и постиндустриального общества. В целом же эта концепция двигалась в духе европейской философии, когда эволюция человечества рассматривается сквозь призму знания. Другая российская исследовательница Е.Ю.Журавлева считала, что теория информационного общества — это не умоустремительная конструкция, не идеальный образ будущего, который предлагается в качестве ориентира, а концепция обладающая реальными, объективными признаками. Особенность состоит в быстрых темпах формирования информационного общества, фактически в рамках одного поколения [Журавлева Е.Ю., 2002: 10-11, 31].

А.Ситников и М.Гундарин воспринимал обобщенную концепцию постиндустриализма как синтез идей и воззрений теоретиков постиндустриализма (Д.Белл, Зб.Бжезинский, Э.Тоффлер) и постмодернизма (Ж.Бодрийяр, Ж.-Ф.Лиотар, Ю.Хабермас). Различие тут было в том, что разработчики теории постмодернизма уделяли основное внимание принципу признания саморазвивающейся и самостановящейся культуры в качестве глобального социогенного фактора, а постиндустриалисты как основную движущую силу общественного развития видят изменения способов производства, т.е. выдвигают на первый план экономические факторы [Ситников А.П., Гундарин М.В., 2003: 51-52].

С точки зрения социологии границы информационно-технологической парадигмы попробовал очертить Р.Н.Абрамов. Он выделил такие главные черты: 1) информация является сырьем технологии, т.е. технология воздействует на информацию, а не наоборот; 2) эффекты новых технологий охватывают все сферы общественной деятельности; 3) информационная технология инициирует сетевую логику изменений социальной системы; 4) информационно-технологическая

парадигма основана на гибкости, способности к реконфигурации; 5) важной характеристикой является конвергенция конкретных технологий в высокоинтегрированной системе [Абрамов Р.Н., 2002: 136]. Все это представляется фундаментом информационного общества.

Анализируя многовекторность подходов исследователей информационного общества А.И.Наджос и А.В.Колодюк выделил три черты, присущие всем исследователям: 1) история человечества делится на три основных этапа с условными названиями «сельскохозяйственный», «индустриальный» и «постиндустриальный»; 2) разграничения между этапами осуществляется на основе производственных отношений или взаимодействия человека с природой; 3) переход к следующему этапу осуществляется через научно-техническую революцию, в ходе которой изменяется среда общественного существования, а это вызывает и изменения в сознании людей [Наджос А.И., 2002; Колодюк А.В., 2004: 29]. У А.И.Наджоса дополнительно присутствуют положения о том, что заключительным историческим этапом, который наступил или наступит в ближайшее время, является информационное общество, а также признание лидерства в мире наиболее развитой страны — США.

В ряде работ была сделана попытка связать постмодернистское представление о реальности с изменениями, происходящими при переходе к информационному обществу. Некоторые авторы призывали считать постмодерн идеологией информационной стадии развития человечества. Среди известных философов стоит выделить Ж.-Ф.Лиотара [Лиотар Ж.-Ф., 1998], Ж.Бодрийяра [Бодрийяр Ж., 1995], Э.Сведенборга [Сведенборг Э., 2000].

О совпадении с эпистемологической ситуацией постмодерна как культурного явления и постиндустриального общества как новой общественной формации делает вывод украинская исследовательница О.Моисеева. В частности, в постмодернизме отсутствует единая парадигма восприятия действительности, утверждается равнозначность многих истин, любая точка зрения ограничивает интерпретацию, каждый текст демонстрирует полижанровость как некую сумму наработанных культурой технологий и принципиальную максинформированность, но не информативность. Постиндустриальное общество ощущает себя в таких терминах постмодернизма, как фрагментарность, случайность, нестабильность. Исследовательница отождествляет постмодернизм с постиндустриальным обществом, основываясь на таких общих для них аспектах: 1) иррациональное как более адекватный способ описания онтологической реальности, хоть совсем без рационального не обойтись, 2) релятивность в познании истины, ее возможная неоднозначность. Кроме того, потребитель в новом обществе не может обработать весь объем информации, доступной ему. Основываясь на Ж.Бодрийяре выход видится: 1) в ускорении внутреннего времени человека по сравнению с внешним и в ускорении ментальных процессов приема и передачи информации, или 2) в использовании человечеством новых конденсирующих информацию операторов. Наиболее вероятным аналогом такого оператора является символ [Моисеева О., 2002: 88-89].

Необходимо отметить, что специалисты, которые составляли ядро футурологической комиссии 1965 г. (во главе с Д.Беллом) придерживались деидеологизированной парадигмы человеческого существования.

Они предсказывали появление таких средств влияния на психологическое и физическое состояние человека, которые будут подсознательно воздействовать на его установки, в том числе идеологические. Член этой комиссии, директор Гудзоновского института Герман Кан с соавторстве с Энтони Винером подготовил специальный доклад, в котором прогнозировал глобальное распространение искусства, рассчитанного не на идейно-интеллектуальное, а на спонтанно-чувственное восприятие. Это было основой для разработки концепции мозаичной культуры, которая противопоставлялась гомогенной культуре. При этом возникает образ глобального метрополиса как места, где сосуществуют множество культур. Мозаичная культура имеет тенденцию к глобальному распространению, причем не только за счет действия масс-медиа, но и благодаря транснациональным корпорациям, которые авторы считали главной движущей силой мировой экономики, культуры и общества [по Коллорди А.В., 2004: 26-27].

Г.М. МакЛюэн обратил внимание на такую особенность нового общества как скорость изменений. «В механическую эпоху, теперь уходящую в прошлое, — писал Г.М. МакЛюэн, — многие действия могли совершаться без особых мер предосторожности. Медленность движений гарантировала отсрочку ответного действия на немалый промежуток времени. Сегодня действие и ответное действие происходят почти одновременно. Мы на самом деле живем, так сказать, мифически и интегрально, однако продолжаем мыслить в соответствии со старыми, фрагментированными пространственными и временными образцами доэлектрической эпохи» [МакЛюэн Г.М., 2003: 7].

Современность была разработана в оригинальной концепции Э. Гидденса. Он считал ее продуктом двух взаимопроникающих процессов: глобализации и дестрадиционализации социальной жизни. Глобализация социальной жизни отождествляется, как и у З. Баумана, с электронным капитализмом и ростом массовых миграций. Она означает интенсификацию социальных отношений во всемирном масштабе, связанных с появлением средств глобальной мгновенной коммуникации и массовыми перевозками. При этом возникает конфликт между технологиями мгновенной коммуникации и потребностью в локальной автономии и культурной идентичности, связанной с традициями, которые соединяют настоящее с прошлым. Традиции, связанные с памятью и имеющие элемент ритуала, обладают при этом обязывающей моральной и эмоциональной силой [по Лукина Н.П. а].

Свое отношение к идее постиндустриализма изложил в книге «Между двух веков. Роль Америки в технотронную эру» видный американский политолог З. Бжезинский. Он утверждал, что постиндустриальное общество становится технотронным, т.к. оно в культурном, психологическом, социальном и экономическом смысле формируется под воздействием техники и электроники, особенно в сфере компьютеров и коммуникаций. Технотронная революция влияет на характер образного восприятия действительности, взаимоотношения между людьми, активность общественной жизни. При этом происходит крах националистических и идеологических верований, а на смену ему приходит глобальное видение мира. Причем технотронная революция носит не локально-территориальный, а глобальный характер. Ее закономерным

следствием, означающим конец идеологии, предстает массовая культура и ее экспорт из США. Новые средства коммуникации создают новое видение мира и новый путь к равенству через освобождение от всех организованных форм веры и переноса упора от выбора целей к выбору стилей жизни [Чугунов А.В., 2000].

А.В.Назарчук выделил три современных научных концепции, которые изучали специфику современных институциональных интеракций и принимали во внимание институциональные изменения вследствие глобализационных процессов. Это: 1) новый институционализм, 2) концепция институциональных сетей и 3) теория социального капитала. 1. Неоинституциональный подход начал формироваться в 70-80-е гг. как ответ на кризис ставшего старомодным классического институционализма (Й. Шумпетер, Т. Веблен, А. Гелен, Дж. Комменс, В. Митчелл). В неоинституционализме сформировалось такое восприятие социальных проблем и противоречий, которое описывается в терминах институциональных интеракций, институциональных реформ, активной институциональной политики. Институты стали пониматься не как некие застывшие субстанции, но скорее как мобильные сети, динамические комплексы интеракций с текучими границами. Этот подход, разумеется, в большей степени мог отразить рост сложности и динамики социальной жизни, привносимый процессами глобализации. Неоинституционализм тонко чувствует институциональные изменения, связанные с глобализацией: их структурные и организационные изменения, стратегии поведения и развития, взаимосвязанность. 2. Параллельно неоинституционализму развивалась теория социальных сетей, опиравшаяся на модели жизнедеятельности рынка, согласно которой институциональные и персональные действия тогда приобретают наибольшую эффективность, когда включаются в более широкий контекст взаимодействий. Сеть — это совокупность институциональных и персональных интеракций, образующая — исключительно в рамках этих интеракций и независимо от формально-институциональных ограничений — новый деятельностный эффект благодаря возникающему взаимному обмену информацией и ресурсами. Образуются сети, актеры создают не постоянные институты, но лишь широкие мобильные коалиции, значительно расширяющие первоначальные возможности каждого отдельного актера. Среди теоретиков этого направления наибольший интерес представляют Д. Подольный, Д. Колеман, У. Бэйкер, Р. Патнем и др. 3. Не менее плодотворной с точки зрения опознания новых возможностей, которые несет в себе современное общество, оказалась концепция социального капитала, восходящая к П. Бурдьё. Согласно ей, преимущества с точки зрения социальной структуры получают те индивиды и организации, которые обладают более высокой репутацией и статусами, более других способны служить аккумулятором и посредником в передаче социальных знаний и практик. Социальный капитал (способный переливаться в капитал других видов) становится существенной величиной с того момента, когда информация и коммуникация превращаются в основополагающие ценности рынка. Это не «связи» в традиционном понимании обладания материальными ресурсами, это способность и потенциальная возможность опережающего действия в условиях изоляции (с точки зрения целого), и в то же время недостатка (с точки зре-

ния отдельных акторов) информации. Используя наработки указанных социальных концепций, можно совершить некоторое расширение коммуникативной теории, распространив ее на институты. Хотя поведению институциональных субъектов свойственен — и Апель настаивает на этом — характер стратегически-системной рациональности, тем не менее, в рамках происходящей между институтами коммуникации происходит определенное подчинение институтов правилам коммуникативной рациональности, которые свойственны межличностной коммуникации. Происходит это не потому, что институциональная коммуникация осуществляется посредством личной коммуникации (или лишь отчасти из-за этого), а потому, что в условиях сообщества институты процедуры согласования подчиняются тем же императивам достижения консенсуса, которые общи универсальным нормам дискурса. Другими словами, тенденция возникновения мирового сообщества институтов, набирающая силу благодаря глобализационным процессам создает эффект возникновения особого — институционального — уровня коммуникации, который еще не был столь очевиден авторам дискурсивной теории в эпоху ее создания [Назарчук А. В., 2002].

Выдающийся немецкий философ Никлас Луман рассматривал роль принятия решений в информационном обществе. При этом он не принимал понятие «информационное общество» как аксиоматичное. Вообще, он считал, что описания современного общества сегодня уже не претендуют на всеобъемлющую теоретическую проработку. Они затрагивают отдельные, наиболее важные явления и ограничиваются ими. Даже понятие капиталистического общества не до конца проработано экономическими науками и содержит лишь социально-историческое описание эпохи. Подобные недостатки теории еще лучше видны в отношении понятий «общества риска» или «общества, располагающего опытом» (*Erfahrungsgesellschaft*). Н. Луман считал, что под информационным обществом обычно подразумевается, что все больше рабочего и свободного времени затрачивается на производство и потребление информации. Правда, при этом по аналогии с различием предмета и символа проводят различие между предметом и знанием, то есть информацией. Однако обе компоненты этого различия рассматриваются как «commodities», то есть как предметы, которые не исчезают и не требуют воссоздания при переходе из рук в руки. Например, в таком смысле речь идет о памяти, которая может по мере необходимости сохранять и извлекать информацию. Однако, замечал Н. Луман, при таком понимании следует говорить скорее об обществе знания или обществе, основанном на знании. В отличие от большинства исследователей он считал, что информация не является стабильной, переносимой и сохраняемой сущностью. Она является скорее событием, которое, актуализируясь, теряет характер информации. Следовательно, хотя информацию производит знание, ее необходимо отличать от (переносимого) знания. Интерес к информации связан со стремлением к неожиданному. Информация является различием между тем, что могло бы быть и тем, что происходит или сообщается. В качестве различия она не имеет ни измерений, в пределах которых она могла бы варьировать, ни местоположения, где ее можно было бы обнаружить. По мнению Н. Луман, можно лишь выделить систему, которая занимается ее обработкой. Н. Луман считал, что ввиду фактического от-



сутствия информации (то есть ее отсутствия де-факто), необходимой для принятия рациональных решений, невозможно говорить ни о рациональном, ни тем более об «умном» поведении в информационном обществе. В первую очередь следует переосмыслить связь понятий информация и решения. С одной стороны, решения зависят от информации, или, точнее, от преобразования информации в знание. С другой стороны, сами решения являются важнейшим источником потребности в информации. В случае принятия решения потребность в информации определена конститутивно, она следует из самой природы решения, а именно: решение невозможно знать наперед. Оно — неожиданность. Отсюда следует, что только через информацию можно получить сведения о том, какое решение принято. Поэтому потребность в информации в современных обществах является не просто следствием неполноты знания, а возникает вследствие зависимости общества от множества решений, особенно по вопросам его структуры; информация должна обеспечивать взаимосвязь решений. Таким образом, считал Н.Луман, складывается впечатление, что информационное общество использует информацию, находящуюся в его распоряжении, лишь в ограниченной степени. Это подтверждается эмпирическими исследованиями о принятии решений управленческим персоналом и о подготовке политических решений. Для их принятия едва ли привлекается даже имеющаяся информация. Решения часто принимаются без обсуждения, на основе личных контактов. Возможно, что это лучший способ принятия решений, когда речь идет о многозначных понятиях или о ситуациях с плохо структурированной постановкой проблемы. На фоне недоверия к политическим манипуляциям данными, которые подгоняются их составителями в своих интересах, в ходе личных контактов создается впечатление достаточной информированности (во всяком случае, такой же, как у всех). Судя по некоторой литературе, решения лидеров являются не столько использованием собранной информации, а скорее ориентирами для принятия дальнейших решений. Иными словами, в них речь идет об определении смысла, о sensemaking, об ограничении возможных будущих состояний системы; в итоге память системы содержит не наличную информацию, а лишь собственные решения. Информация же всегда является неожиданностью, следовательно она не может быть внесена в систему из окружающей среды. Она должна быть произведена в самой системе, так как неожиданность становится явной посредством внутренних ожиданий системы. В свою очередь системы, перерабатывающие информацию, являются операционально закрытыми системами. Это означает, в частности, что они играют активную роль по отношению к окружающей среде; поэтому трансформация сигналов-помех в информацию не может рассматриваться лишь как процесс воздействия окружающей среды на систему. Речь идет не просто о пассивном восприятии системой изменений в окружающей среде, а о том, что операционально закрытая система не может существовать лишь путем пассивного познания, без своей активной роли по отношению к окружающей среде (то есть без собственной воли). Внутренний прирост информации в системе всегда определяется тем, «что может начаться с нее». Отсюда следует, что селекция информации всегда содержит волевой момент, иначе операционально закрытая система не могла бы воспроизводить саму себя путем переработки информации. Развитые информационные

системы вовсе не являются прерогативой современного общества. Они существовали еще в древней Месопотамии. Когда возникает вопрос о том, что изменилось с тех пор, простого указания на рост сложности и количества доступной информации оказывается недостаточно, так как оно не объясняет механизма социальных изменений. То же самое касается и скорости старения информации, и временного аспекта сложности социальной системы. Здесь изменение заключается, вероятно, в том, что все больше и больше общественных структур создаются и изменяются посредством принятия решений. Таким образом, Н.Луман отрицает технократический подход к вопросам развития общества. Н.Луман считал, что взрыв необходимости решений, которые в свою очередь являются следствиями решений и влекут за собой дальнейшие решения, требует новых форм динамической, а не структурно и онтологически заданной стабильности мира. Он приводит к возникновению рисков или их общественному восприятию, следовательно, современное общество является не просто «информационным обществом», но и «обществом риска». Кроме того, повышение значения решений изменило смысл понятия участия. Участие сегодня означает влияние на процесс принятия решений, а не определение своего места внутри большого целого. Таким образом, понятие участия политизируется и переполняется ожиданиями, которые не могут быть осуществлены, что отчетливо наблюдается в последние десятилетия. Далее, разрывается связь между огромным количеством информации и решениями, которые должны на нее ориентироваться, что, правда, писал Н.Луман, затушевывается неточным употреблением термина информация. Накопленные данные, книги в библиотеках, документы в архивах, состояние компьютера, являются только виртуальной информацией, становящейся актуальной только тогда, когда ее запрашивают. Для запроса, однако, требуется отдельное решение. Различение виртуальной и актуальной информации позволяет связать доступность информации в мировом масштабе и всегда локальный, контекстовый характер ее производства. Обязательно следует отметить, что информация становится информацией только при ее запросе. Таким образом, информационное общество в структурном и операционном отношении состоит из результатов запросов, которые нигде не присутствуют и теряют характер информации после осуществления коммуникации. Н.Луман считал, что нам доступно большее количество знания, чем вообще возможно знать, но знание, чтобы стать знанием, должно быть, прежде всего, превращено в информацию. Это можно заметить лишь при различении понятий знания и информации [Хрестоматия...].

Французский философ Пьер Леви считал, что новые технологии не всегда являются благом и не могут реализоваться автоматически. Для того, что их использовать в полной мере, надо увидеть и осознать их потенциал. Он выделял четыре антропологических пространства: Землю, Территорию, Рынок, Знание. Последнее соответствует информационному обществу. В пространстве Знания обесцениваются производственные фонды, капиталовложения, стабильное положение на рынке по сравнению с эффективно функционирующим интеллектуальным коллективом. Предприятия с таким коллективом затмевают те, которые опираются на традиционные ценности. П.Леви рассматривает субъектов информационного общества не как экономических агентов, организации и кор-

порации, но как открытые интеллектуальные системы, оперирующие в пространстве идей и информации. В результате происходит смена классической и неоклассической экономики на новую экономику, которая представляет собой принципиально новый механизм общественной самоорганизации, где отличается от старой и продукт, и законы функционирования. При этом возникают и новые проблемы. Автоматизация производства приводит к массовой безработице. При этом бурно развивающаяся сфера услуг и информационная индустрия не могут вобрать освободившиеся кадры, т.к. автоматизируются еще легче, чем промышленное производство. Т.е. те места, которые там возникают, это не более, чем отсрочка. Выход П.Леви видит в экспансии экономики в новом секторе, где автоматизация невозможна: в секторе создания индивидуальности (прежде всего, образование) и социальных связей. Рынок полностью разрушил идентичность общества, что подтверждают кризисы расизма, национализма и этнической мафии, с которыми существующие институты и инструменты явно не справляются. Конкуренция в новом секторе будет сильно отличаться от традиционной, она будет носить этический характер, т.е. не борьба за обладание, а стремление принести максимальную пользу. При этом существование безработицы, нормальное для рыночной экономики, неприемлемо для экономики знаний. Новая экономика должна предоставить возможность интегрировать в общество, независимо от формальной занятости, подобно представителям свободных профессий. Отдельно выделяется киберпространство как то место, где может быть реализована утопия коллективного разума, проект нового миропорядка, новая цивилизация. П.Леви считает архитектуру киберпространства важнейшим искусством XXI ст. [по Засурский И.И., 1999: 47-49].

Свой взгляд на проблемы информационной эпохи высказал известный датский антрополог Т.Эриксен. Он считает, что наша эра характеризуется стремительным развитием разнообразных технологий, цель которых — сохранить время. Но большинство людей никогда не имела так мало свободного времени, как сейчас [Ериксен Т.Г., 2004: 7, и далее]. Одновременно, информационная революция привела к росту публичного доступа к информации — человечество получает удовольствие или страдает от доступности информации, немислимой для предыдущего поколения. Однако огромные объемы информации дезориентируют человека. Т.Эриксен исследовал эти парадоксы. Его главным утверждением стало то, что могучий поток информации ведет к ситуации, когда все угрожает стать исторической цепью насыщенных фрагментов, не разъединенных понятиями «до» и «после», «тут» и «там». По его мнению, под угрозой оказывается даже понятие «тут и теперь», т.к. будущее наступает так быстро, что стает трудно жить в настоящем. Человечество живет, твердо концентрируя взгляд на точке, которая находится секунды на две в будущем. Последствиями этой крайней спешки то, что прошлое и будущее как ментальные категории находятся под угрозой тирании момента. Когда кто-то что-то передает, наиболее дефицитным ресурсом является внимание других, когда кто-то что-то принимает — таким ресурсом является неспешное, непрерывное время. Это, по мнению Т.Эриксена, главная напряженность в современном обществе. Дефицитным ресурсом в информационном обществе

становится свобода от информации. Под влиянием новых технологий находятся все. Даже те, чья работа не зависит от них, пребывают под давлением, т.к. являются потребителями и рядовыми гражданами. Если в индустриальном и других типах общества люди ощущали реальную нехватку информации, то в информационном ее слишком много. Самым необходимым умением становится защита себя от 99,99% предложенной информации и безжалостном использовании оставшейся 0,01%. Т.Эриксен считает, что современному человеку больше всего не хватает недостатка информации. Это делает крайне актуальным поиск механизма сортировки информации. В старые времена им являлось солидное образование, надежная личная идентичность или четко определенные интересы. Сегодня из-за переизбытка информации вообще человек может быть хорошо проинформированным только в результате упорных и целенаправленных действий. Это обуславливает потребность в фильтрах, указателях направления, основоположных принципов для знаний. И вообще, термину «знания» угрожает фундаментальная трансформация. Новая эпоха, по Т.Эриксену, определяется такими расплывчатыми понятиями как открытость и плюрализм. Причем он вкладывает в эти термины негативную коннотацию, говоря, в частности, о том, что результатом открытости становится неопределенная идентификация. Что касается экономики, то в информационном обществе центр тяжести смещается от вещей к знакам. Экономика знаков требует иных организационных форм и большей гибкости, нежели экономика вещей. Т.Эриксен считал, что в наше время происходят две революции: электронная и мультиэтническая. Они являются зеркальным отражением: отрывают личную идентичность от традиций и корней, т.е. главных нарративов. Они отрезают культуру от места; людей от готовых историй, кто они и кем могут стать; работу от рабочего места; потребление от обычной практики, образование от стандартных шаблонов; знание от стойких моделей того, чем обычно является знание. При этом Т.Эриксен выделяет новые виды дефицитов, которые появляются в информационном обществе: неспешное время; защищенность; предсказуемость; принадлежность, четкая личная идентичность; согласованность и понимание; кумулятивный, линейный, органический рост; настоящие переживания. Главными моментами Т.Эриксен называет то, что при излишке информации степень ее понимания падает прямо пропорционально к росту ее количества; главный дефицит для поставщиков информации — это внимание; главный дефицит для жителей информационного общества — это хорошо функционирующие фильтры; ускорение уничтожает расстояние, пространство и время; быстрое время выигрывает у медленного; гибкая работа приводит к утрате гибкости в сферах, не связанных с работой; когда время разбивается на достаточно малые отрезки, оно перестает существовать как продолжительность. В целом, взгляды Т.Эриксена можно охарактеризовать так: мир информации растет в геометрической прогрессии, он дискретен, фильтры не справляются с потоком информации, главным дефицитом становится свободное время. Таким образом, как видим, Т.Эриксен при декларируемой приверженности информационному обществу, является скептиком, который расходится с большинством исследователей по

ряду фундаментальных оценок, например, проблеме роста-убывания свободного времени.

Кибернетическую составляющую современного этапа общественного развития рассматривал российский ученый Р.Ф.Абдеев. Он считал, что изучение хода общественного развития в системно-кибернетическом плане показывает, что основными составляющим интенсификации информационных процессов являются: 1) неуклонное возрастание скорость передачи сообщений (малая скорость до XVIII ст. означала фактическое отсутствие или недостаточность обратной связи, т.е. неуправляемость множества процессов); 2) увеличение объема передаваемой информации; 3) ускорение обработки информации; 4) все более полное использование обратных связей; 5) увеличение объема добываемой новой информации и ускорение ее внедрения; 6) наглядное отображение информации человеку в процессах управления (оно является активным связующим звеном между человеком и техникой, способствующем интенсификации информационных процессов при принятии решений); 7) рост технической оснащенности управленческого труда. По мнению Р.Ф.Абдеева, информационный подход к проблеме ускорения развития человеческого общества объективно выводит на измерение, оценку времени циркуляции информации в механизме управления, причем последний выступает своего рода объединяющим императивом при исследовании поставленной проблемы. Р.Ф. Абдеев считал, что информационная революция открыла новую эпоху в прогрессе человечества, которая характеризуется существенными переменами как в промышленном производстве, так и в социальной сфере. Он перечислил основные из них.

1. Сокращается число занятых в промышленном производстве и сельском хозяйстве. Интенсивное внедрение безлюдных технологий. Однако уменьшение числа работников «у станка» приводит не к упадку производства, а к росту его эффективности за счет применения передовых технологий, роботизации и повышения квалификаций работающих. Эффективный труд увеличивает массу свободного времени граждан — для досуга, туризма, повышения культуры, для самообразования.
2. Благодаря нарастающей интенсификации информационного обеспечения производства снижается потребность во многих традиционных видах сырья, что способствует природосбережению и решению экологических проблем. Информация становится новым ресурсом человечества, позволяя создавать высокоэффективные материалы часто «из ничего», из дешевых компонентов. «Знание» действительно и в полной мере становится «силой», материально подтверждая крылатое выражение английского мыслителя Ф. Бэкона спустя более 150 лет.
3. Наукоемкие производства с минимальным использованием сырья и энергии позволяют даже малым государствам, многие из которых не имеют и собственных природных ресурсов, добиваться впечатляющих успехов в экономике. Например, Сингапур, по объему валового национального продукта вошедший в число двадцати богатейших стран мира, известен изобилием самых дешевых в мире товаров и стремительным ростом уровня

жизни. Феномен сингапурского чуда привлекает внимание социологов как предвестник цивилизованного будущего, где жизнью правят интеллект, знания, высокоорганизованный труд, где нет безработицы и национальных проблем (несмотря на смешение многих наций и рас), где народ гордится своим умным (демократически избираемым) правительством, своей страной и доволен жизнью.

4. Государство в новой цивилизации отнюдь не «отмирает». Напротив, как сложная самоорганизующаяся система, оно еще более совершенствует свою структуру. Опыт развитых стран, уже вступивших в информационную цивилизацию и достигших впечатляющих успехов в НТП, экономике и «качестве жизни», показывает, что правовое демократическое государство должно строиться по принципу «пяти колец». Этот принцип гласит: «Государство может иметь процветающую экономику и прогресс в социально-культурном плане лишь при взаимодействии пяти независимых властей: законодательной, исполнительной, судебной, власти информации и власти интеллекта, причем последние две власти должны пронизывать все остальные». Здесь власть информации означает свободу печати, гласность, обилие общедоступных банков данных; реализуется, в частности, через системы спутникового телевидения, осуществляющие всемирный круглосуточный поток новостей. Власть интеллекта реализуется жестким отбором в руководящие звенья всех уровней наиболее подготовленных, компетентных специалистов во всех сферах: законодательной, исполнительной, судебной и информационной.
5. Невиданно возрастает динамизм экономики. Создаются глобальные рыночные механизмы, включающие не только материальное производство, но и банковское дело, научные исследования, систему образования. Все элементы этой системы, обмениваясь все увеличивающимися потоками данных, информации и знаний, на путях безбумажной технологии управления создают новый, более динамичный базис экономического прогресса. Массовая компьютеризация и бум малого бизнеса открыли невиданные в прошлом возможности быстрой перестройки производства и создания совершенно новых предприятий.
6. Происшедшие за последние десятилетия перемены в сфере материального производства ослабляют, а порой сводят на нет значение ряда известных социальных категорий, а также деление мира на капиталистический и коммунистический. Здесь вновь во весь рост встают факторы времени и компетентности.
7. В хорошо поставленные системы образования и здравоохранения вкладываются все большие капиталы для их совершенствования.
8. Несомненны успехи в охране природы [Абдеев Р.Ф., 1994].

В целом, следует отметить, что наряду с прагматичными элементами в концепции общественных изменений Р.Ф.Абдеева сильны элементы социального утопизма и технологического детерминизма. Общество информации и знаний тут предстает как идеал развития человечества, а переход к такому обществу обусловлен успехами в технологии и управлении.

О конфликтности информационного общества пишет Н.П.Лукина. Причиной конфликтом является несовпадение технократии и новых массовых движений, индивида и технократии. Российская исследовательница утверждает, что «в чистом виде информационное общество не существует нигде в современном мире, и маловероятно его появление в будущем». Но одновременно говорится, что информационное общество — это «новая форма цивилизации, генерирующая современные структура и соответствующие социально-политические механизмы решения проблем, связанных с развитием отраслей информационной технологии» [Лукина Н.П. а]. Основанием для отрицания существования информационного общества служит то, что компьютерные коммуникации не являются самостоятельной производственной единицей, а есть продукт специфической индустрии; что это общество имеет индустриальную основу; что «новая экономика» выросла на базе старой; что электронное голосование как политическая практика информационного общества есть всего лишь социально predetermined инструмент, который не может изменить те условия, которые лежат в основе фундаментальных структур общества, сложившихся в прежние эпохи. Несколько эклектичная система доказательств не дает возможности оценить комплексность взглядов исследовательницы.

Интересные, хоть и небесспорные замечания высказывает В.Ф.Анурин. Он отождествляет постиндустриальное/информационное общество и коммунистическую общественно-экономическую формацию по К.Марксу и Ф.Энгельсу. Логика рассуждений такова. По трудовой теории стоимости К.Маркса стоимость любого продукта труда состоит из необходимой (стоимость обеспечения жизнедеятельности и воспроизводства рабочей силы) и прибавочной (присваиваемой собственником). В ходе развития человеческой цивилизации доля первой уменьшается, а второй — возрастает. При коммунизме весь производимый продукт становится прибавочным. Почему исчезает необходимый продукт? 1) Весь производимый продукт переходит в собственность владельца средств производства (каковым теперь является общество в целом); 2) необходимого продукта, который при капитализме находил свое выражение в заработной плате, больше не существует, это означает, что 3) пропадает связь между трудом (его количеством и качеством) и получаемым за него вознаграждением; 4) производство утрачивает товарный характер, вследствие чего 5) частная собственность утрачивает свой экономический (а также правовой) смысл и исчезает в небытии; 6) следовательно, производство приобретает непосредственно-общественный характер. К. Маркс писал, что при коммунизме будет реализован принцип «от каждого по способностям, каждому по потребностям», кроме того произойдет уничтожение частной собственности, исчезнут товарно-денежные отношения, отомрет государство, сотрутся грани между умственным и физическим трудом, исчезнет различие между городом и деревней. В.Ф. Анурин пробует доказать, что все это происходит сейчас при переходе к информационному обществу. Частная собственность и товарно-денежные отношения растворяются в акционерном капитале, также происходит усиление государственной и некоммерческой собственности. Этому способствует упор на обмен информации, имеющей ряд необычных свойств (неуничтожимость, сохранение и преумноже-

ние в процессе продажи и потребления, самотиражирование и т.д.). Складывается суперсимволическая система создания общественного богатства, основанная на интеллектуальных способностях человека, а не его физической силе. Происходит конец традиционного капитала. Прозрачность границ, международные образования, «открытое общество» приводит к ослаблению национальных государств и утрате ними традиционных функций. Стирается различие между умственным и физическим трудом за счет интеллектуализации всего трудового процесса. Различия между городом и деревней сводятся обычно к 1) наличию в городских поселениях совершенной инфраструктуры жизнедеятельности (включая коммунальные удобства, состояние дорог, средств коммуникации и т.п.); 2) широту возможностей, которыми обладают сельские и городские жители для содержательного проведения свободного времени; 3) более высокий уровень образовательной и профессиональной подготовки в городе. В современных условиях эти факторы становятся аналогичными как в городских, так и в деревенских условиях. По В.Ф. Анурина переход к обществу «высокого массового потребления», который характеризуется непрерывным ростом ассигнований на социальное благосостояние и безопасность, выделением огромных субсидий на социальную работу и социальную помощь, возникновением особого типа государственной политики, получившей название «государства всеобщего благосостояния», — это движение в сторону коммунистического общества. В.Ф. Анурин, опираясь на концепцию индустриального общества Р.Арона, представил таблицу типов обществ и критериев их различия:



<b>Типы обществ</b>				
<b>Параметры социальных институтов</b>	<i>Примитивное общество</i>	<i>Традиционное</i>	<i>Индустриальное</i>	<i>Постиндустриальное</i>
Характер общественного устройства	Трайбализм (родоплеменная система)	Слабо централизованное государство, последовательно продвигающееся к абсолютизму	Национальные государства (с четко очерченными границами) вокруг общих экономики, языка и культуры	Усиление прозрачности национальных границ и влияния наднациональных сообществ
Характер участия членов общества в управлении	Стихийная демократия: большинство членов общества принимают непосредственное участие в управлении хаотичным, неупорядоченным образом	Авторитаризм. Политика — занятие узкого слоя элиты. Абсолютное большинство членов общества отстранено от участия в управлении	Всеобщее избирательное право; институционализация политической деятельности вокруг массовых партий	
Господствующий характер экономических отношений	Натуральное хозяйство. Общинная собственность на средства производства. Случайный характер отношений товарного обмена	Частная собственность на средства производства. Преобладание экономики пропитания	Коммерциализация производства и исчезновение экономики пропитания. Стержневая основа — частная собственность на капитал	Возрастание роли информации и обладания ею. Появление электронных денег; превращение информации в основное средство обмена. Рост влияния интеллектуальной собственности
Общий характер организационного и технологического уровня	Примитивная обработка орудий промысла (собирательства, охоты, рыболовства)	Разнообразие орудий труда на основе мускульной энергии человека и животных. Основная хозяйственная единица — семья	Рост концентрации производства. Господство машинного производства. Реорганизация производства на фабричной основе	Развитие высоких и безлюдных технологий. Автоматизация и компьютеризация производственных процессов

Структура занятости	Элементарное половозрастное разделение труда; большинство взрослых членов общины занято одним и тем же промыслом	Углубление разделения труда. Развитие ремесленного и сервисного секторов. Абсолютное большинство населения занято в аграрном секторе	Падение доли работников, занятых в сельском хозяйственном производстве, и возрастание доли промышленного пролетариата	Падение доли работников, занятых в индустрии; увеличение доли занятых в информационном и особенно — в сервисном секторах
Характер поселений	Небольшие, часто временные поселения (стойки, становища)	Большинство проживает в сельской местности. Города — центры политической, промышленной и духовной жизни	Урбанизация общества	Тенденция к субурбанизации
Уровень и масштабы образования	Передача накопленных знаний осуществляется изустно и в индивидуальном порядке	Образование — удел тонкого слоя общества, элиты	Рост массовой грамотности	Осознание проблемы функциональной неграмотности
Характер развития научных знаний	Аккумуляции и систематизации накопленных знаний не происходит	Наука и производство представляют собою автономные, слабо связанные сферы жизнедеятельности общества	Приложение науки ко всем сферам жизни, особенно к индустриальному производству, последовательная рационализация социальной сферы	Наука становится не посредственно производительной сферой

[Анушин В.Ф., 1999: 25-32].

Научные построения российского ученого интересны, хоть и «немодны». С одной стороны, возникает чувство некоей искусственности, выхватывания выгодных для концепции фрагментов действительности, с другой, попытка анализа информационного общества с позиций марксизма без сомнения интересна. Марксистская традиция не исчерпала себя, и такие исследования свидетельствуют об этом.

С точки зрения социологии проанализировал образы информационного общества украинский ученый В.Н.Щербина. При рассмотрении перспектив концептуализации информационного общества, он взял за основу теорию коммуникативного действия Ю.Хабермаса, который, опираясь на марксистскую модель общественного взаимодействия, в новых условиях постиндустриальных стран приходит к необходимости переноса внимания на нормативный аспект, несмотря на отношения базиса и надстройки. Так можно концептуализировать социальные процессы, возникшие на базе информатизации, поскольку тут рассматривается нормативность как вторичный фактор социального взаимодействия. Ядром нормативности исследователь считает исторически измененные процессы коммуникативного действия, которые создают жизненный мир, выходящий за рамки частной жизни и семьи (там он находился при индустриальной эпохе). Были сформулированы положения, опираясь на которые возможна социологическая интерпретация концепций информационного общества: 1) в этом обществе будет происходить изменение институционального ядра социальной интеграции — обеспечение единства социального мира при помощи ценностей и норм будет происходить не на основе системы господства, закрепленной производственными отношениями, характерными для индустриальной экономики, а на основе коммуникативного действия; 2) концепции информационного общества рассматриваются как составляющие новых образов общества, для которых эвристическим будет использование термина «коммуникативное общество», т.к. основой социальной дифференциации тут выступают процессы коммуникативного действия; 3) развитие производительных сил, порождающее переход к информационному обществу, не означает автоматического перехода к нему — для этого потребуются замена ядра или реализация того когнитивного потенциала, который создан в результате действия системы обучения, т.е. должна образоваться новая среда — информационное общество, — что предусматривает нахождение, развитие, институализацию соответствующих технологий общения, информационного обмена; 4) языково-укорененные социальные интеракции с развитием киберкоммуникативной среды кибернетизируются, автоматизируются и становятся доступными для рационализации на новом, индивидуализированном уровне; они создают специфическую информационную сферу как новую основу и новое основание жизненного мира, где он не только «колонизирован», но и открыт для «деколонизации», поскольку предусматривает, во-первых, возможность независимой от групповой принадлежности индивида организации, соответствующей его креативным потребностям и способностям, и, во-вторых, предусматривает возможность создания и удержания новых социальных групп — киберкоммуникативных общностей; 5) символические структуры жизненного мира воссоздаются при сохранении и обновлении знания, стабилизации групповой солидарности и

формировании ответственных за свои действия акторов; б) образы информационного общества включают механизмы воссоздания традиций культурной идентификации и когерентности обыденного знания. Вообще, социологические образы информационного общества выступают как эклектичные и противоречивые, например: социальная структура выходит за рамки национальных государств, формируется глобальная экономика и глобальный социум, но говорится о формировании информационного общества в отдельных странах и группах стран; двойственность пространства социального взаимодействия — геополитическое доминирование отдельных стран и регионов; государство как нация-государство и как «сетевое государство». Также присуще двойственное объяснение особенностей информационной экономики: на глобальном уровне срастание полуавтономных экономик постимпериалистического мира; основным уровнем становится глобальный финансовый рынок. Цифровой тип противоречия обуславливает новую стратификацию, основанную на разных способностях людей генерировать знания; доминирование постматериалистической системы ценностей, направленных на самореализацию личности; динамическая структура социального взаимодействия на основе синергии. Двойственность касается и способов жизни: «новое кочевничество» и «выключенные» люди. Двойственность религиозных ориентаций в направлении как сочувствия, так и нетерпимости. В обществе отсутствует системный доминирующий фактор, его структура существует как сетевое взаимодействие в определенном времени; общество отрывается от объективной основы и переносит людей в область субъективного, превращая их жизнь в своеобразную игру. Предметом действия человека становится недифференцированная реальность, он утрачивает контроль над большинством значимых социальных процессов. Исследователь концептуализировал шесть разновидностей образов информационного общества: «ризомное» или «полицентрическое» общество, «общество глобальной дифференцированности», «общество спонтанной экспрессивности», общество-муравейник», «общество информационной корпоративности», общество «тотальной завершенности» [Щербина В.М., 2006: 12-17].

В.Н.Щербина считал, что информационное общество тем более развито, чем короче жизненное время информации и чем в меньшей степени она опосредована. Это предполагает, что в качестве языка-носителя знания должны выступать не понятия, а образы — носители непосредственного восприятия. Понятие несет в себе в снятом виде опыт — а, следовательно, выводит за замки непосредственной ситуации. Перцептивный образ как форма мышления предполагает ограниченность знания опытом индивида, — картинка происходящего производимая в современных электронных масс-медиа создает иллюзию восприятия происходящего в более глубинном смысле (чем, например, посредством понятийной структуры), в действительности же сводя восприятие к формированию индивидуального впечатления, образа. В этом смысле неизвестно, что лучше — сто раз увидеть или один раз услышать (прочсть). Современные информационные технологии создают новую почву для разговоров о наступлении действительной свободы человеческого индивида в новой коммуникативной среде. Действительно, при помощи интернета сегодня можно «заглянуть» во многие места Земного шара, увидеть что там происходит

«здесь и сейчас». Между субъектом и объектом восприятия, по мнению В.Н.Щербины, нет никакого активного опосредующего агента, организующего его. Но это не означает, что его нет (или не может быть), во-первых, в других ситуациях, и, во-вторых, его нет вообще, что феномен социального поведения перестает быть объектом предвзятого интереса. Кроме того возникают виртуальные среды, сообщества и личности, являющиеся феноменами, лишенными онтологического основания, создаваемые для манипулирования сознанием. При внешней динамичности и демократичности информационное общество создает массу социальных границ уже не на уровне группы, преодоление которых традиционными способами для индивида невозможно. Прежде всего, это интеллектуальный барьер — миф о «доступности и открытости» информации, господствующее потребительское к ней отношение создают возможность ложной самооценки в этой области. Поэтому следующая черта информационного общества — потребительское отношение к знанию как к чему-то извечно существующему, что возможно только найти (вступив в контакт с носителем). Творчество поэтому с такой точки зрения немислимо, соответствующий тип личности в массовом масштабе будет вытесняться, будет приниматься скорее как исключение, чем как правило — в отличие от того, как это было свойственно индустриальному обществу. Последнее уже проявляется в феномене «хакерства» или «крекерства», где активность личности по отношению к среде преподносится как абсолютное зло (и те же личности, получив место в корпорации, становятся адептами «абсолютного блага»). Место творчества заменяет его симулятор — компьютерная игра, имитация реальности, реальная по своим последствиям для сознания. Ведущей чертой личности выступает здесь способность восприятия информации. «Добром» (добродетелью, общественно необходимой чертой поведения личности) является пользование лицензированным зарегистрированным программным продуктом — на условиях, не подлежащих обсуждению. Добро как производство приписывается только корпорации (надличностной субъектности), индивид же, посягая на эту ипостась, совершает «грехопадение», посягает на сакральное, сверхиндивидуальное основание. В.Н.Щербина обращает внимание на информатиологию, в частности, на доктрину, которая была принята в 2000 г. на Всемирном информатиологическом форуме: «1.1.17. Все науки и сама природа представляют собой ветви единого вегетационно-генеративного дерева, которым является вездесущая информация. 1.1.18. Информатиология — фундаментальная генерализационно-единая наука, изучающая на единой информационной основе в вакуумных и материализованных сферах Вселенной самоотношения, конформные самоотображения и соотношения нульматериальных точек, атомов, организмов, предметов, объектов, процессов и явлений природы и общества, исходя из фундаментального принципа информатиологического подхода. Информатиология, будучи многофункциональной наукой, изучает все субэлементарные процессы и явления в живой и неживой природе и во всей Вселенной в целом. Субэлементарной единицей информации для микро- и макромира принято считать информатон. 1.1.19. Информатиология впервые трактует понятие информации как общевселенской, общечеловеческой и общенаучной сущности, охватывающей глобально-космические сферы человеческой деятельности и все пространство Вселенной, состоящее из

информационного вакуума (~99,999%) и информационной материи (~0,000001 %). 1.1.20. Информациология состоит из двух слов: информация и логия и означает: наука о естественной и искусственной информации. Информациология является генерализационной (всеобобщающей на основе информации) наукой о первопричинах и источниках возникновения и развития Вселенной. Поэтому она, являясь наукой наук, считается генерализационной идеологией единства и развития природы и общества, а также основой исследования и поиска межпланетных и межгалактических сообществ во Вселенной. Информациология — это фундаментальная основа оптимально-научного развития мирового сообщества в третьем тысячелетии и генерализационно-единая наука о всех информационных явлениях, микро- и макродинамических процессах природы и общества. 1.1.21. Базируясь на естественной и искусственной информации и на информациогенно-вакуумной сущности мироздания, информациология оказалась единственной генерализационной идеологией жизнедеятельности, согласия, мира и научно-технического развития всего мирового сообщества. 1.1.22. Информациология является фундаментальной основой не только для геополитики, но и для гелиополитики, галактикополитики и вселенополитики. Вселенная закодирована, и задача информациологии — раскодировать ее...». Украинский философ справедливо считает информациологию разновидностью махизма, где только вместо понятия «энергия» употреблено понятие «информация», применяется система образов, представленная подобием научных понятий, но обращает внимание на то, что она возникла и пользуется определенной административной поддержкой [Щербина В.Н., 2001].

### 4.1.3. Критика информационного общества

В адрес концепций информационного общества было высказано немало критики. Особенно в первый период формирования идеи информационного общества значительное количество исследователей сомневались в тех или иных его постулатах. Но и в период расцвета этой концепции ряд ученых критически относились как к идее информационного общества, так и к отдельным его постулатам. Причиной, по-видимому, служит технологический детерминизм, преобладающий в большинстве исследований разработчиков концепций информационного общества. Доказательства того, что определенный уровень развития технологий, цифры составляющих ВВП или занятости (в последних случаях наибольшие вопросы к критериям подсчетов) ведут к автоматическому переходу к следующей фазе развития человечества, вряд ли могут безоговорочно убедить. Возможно, поэтому в последнее время идея информационного общества воспринимается как аксиома, и идут разработки только его составляющих.

Активным критиком концепций информационного общества выступил известный британский социолог К. Мэй. В частности, он обратил внимание на сомнительность идеи, что именно технологии наибольшей мерой влияют на развитие общества. К. Мэй считал, что новые технологии создаются под влиянием определенных социальных усло-

вий, и в дальнейшем обслуживают социальные отношения в обществе. Т.е. отношения между технологиями и обществом имеют более сложный характер, нежели в трудах большинства классиков информационного общества. Речь идет о двухстороннем влиянии, а не об автоматических изменениях общества при изменении технологий. К. Мэй обращает также внимание на то, что сторонники последней идеи целенаправленно подбирают в истории примеры ощутимых изменений в общественных отношениях под влиянием информационных технологий. Но, на самом деле, это поступательный процесс развития и взаимовлияния [Мей К., 2004: 16-17, и далее]. Кроме того, наибольшие возражения К. Мэя вызвали идеи новой экономики, электронной демократии и ослабления государства. В целом, К.Мэй ставит под сомнение сам приход новой эры. Особое место занимает критика принципа технологического детерминизма, при помощи которого исследователи объясняют торжество технологий в соединении с человеческой пассивностью. Технологический детерминизм берет изменения в технологиях как важнейший фактор, способный объяснить все изменения в обществе, при этом игнорируется важность политического и социального выбора, отбрасывается социальная обусловленность технологий.

При рассмотрении вопросов новой экономики, К. Мэй обращает внимание на то, что при изменении технологического и практического наполнения капиталистических отношений в рыночных условиях, основоположные отношения собственности между работниками и владельцами капитала, в основном, остались неизменными. Продолжение господства капиталистической логики стараются спрятать под разговорами об информационном обществе и «новой экономике». Эта экономика все еще основывается на потребности людей получать прибыль и воссоздавать капитал. Да и сами отношения «владельца-работника» строятся на тех же принципах «старого» капитализма. К.Мэй считает утверждения о приходе информационной эры скорее преувеличением, чем нормальной характеристикой современного общества. Технологические изменения на самом деле обоснованы историческими тенденциями, а экономические основы информационного общества вообще не содержат ничего оригинального, поскольку это лишь очередная стадия технологического и капиталистического развития. К. Мэй считает, что о революции можно говорить только в случае с информационно-коммуникационными технологиями.

Критикуя концепции изменения занятости в информационном обществе, К. Мэй отмечает, что возрастание профессиональной подготовки работников в большинстве случаев подтверждалось при помощи хитростей статистики (на это обращали внимание и ряд других исследователей). Изменения в структуре занятости можно считать обоснованными только если принять то, что изобретение новых названий для существующих ранее профессий является доказательством действительных социальных изменений, а также допуская, что все работники сферы услуг — высокие профессионалы и высокоинтеллектуальные работники. Вообще, распределение работников на высококвалифицированных специалистов и низкоквалифицированных исполнителей по К. Мэю является результатом автоматизации, а не продуктом информационного общества. В информационном обществе должна превалировать интел-

лектуальная работа с планированием задач. Но в сфере услуг, которая чаще используется как доказательство перехода к новой стадии развития общества, доминантной категорией выступает как раз исполнение (а не планирование) задач. Этот вид обязанностей слабо связывается с символа-аналитической деятельностью «свободных специалистов». Главный вывод, который делает по этому поводу К. Мэй, состоит в том, что реалии работы с информацией (введение и кодирование данных, справочная работа) в «электронных коттеджах» в действительности очень далека от характеристики интеллектуального труда, описанной в оптимистической литературе по вопросам информационного общества. Главной особенностью работы по контракту (домашней работы или работы над отдельными проектами в помещениях компании) является то, что она юридически и социально дистанцирует работника от работодателя. Это имеет свои негативные последствия, т.к. слабеет ответственность компании за благосостояние контрактников, которые имеют намного меньше гарантий и социальных благ, нежели обычные работники. Т.е. гарантии, которые были достигнуты наемными рабочими в ходе XX ст. оказываются утраченными. К. Мэй констатирует, что информационная экономика работает по старым принципам экономики материальных ценностей. В частности, это было достигнуто благодаря использованию и легитимизации собственности на знания, прав интеллектуальной собственности. Это аналогично собственности на землю в период феодализма или на орудия производства при раннем капитализме. Знания изымаются из сферы общего пользования при помощи патентов, авторского права, торговых марок, других подобных инструментов. К. Мэй приводит случай с П. Таборски, который во время работы в лаборатории Инженерного колледжа Университета Южной Флориды изобрел очистной фильтр многоцветного использования. Из-за хитроумно составленного контракта о приеме на работу результаты его изобретения считались собственностью университета и компании «Флорида прогресс». Когда П. Таборски стал настаивать на собственности на свое изобретение против него было возбуждено уголовное дело за расхищение собственности университета (из-за ноутбука, который он использовал при исследовании), и изобретатель получил три с половиной года каторжных работ.

Не видел К. Мэй каких-то кардинальных перемен в связи с использованием электронной демократии. Люди не стали больше интересоваться политикой, а на форумах идет объединение людей по узкоспециализированным интересам далеким от проблем политики и демократии. Скептически отнесся британский исследователь к допущению, что государства и правительства утратят свое значение в информационную эпоху. По его мнению, роль государства под влиянием информационно-коммуникационных технологий не только не уменьшается, но возрастает. Государство продолжает играть ведущую роль в стимулировании развития и использовании ИКТ в общественных отношениях.

Вряд ли разработки К. Мэя можно отнести к радикальной критике информационного общества. Он активно применяет сам этот термин, считает, что информационные технологии внесли большие изменения в



жизнь человека и социума, однако выступает против ряда положений, которые повторяются в науке как трюизмы.

Американский социолог М. Постер в противовес Д. Беллу с его положением о превалировании научного знания считал, что адекватное социологическое исследование электронно-опосредованных коммуникаций возможно только в том случае, если дискурс науки лишается привилегированного положения среди других видов дискурса. Основным недостатком концепции Д. Белла, по мнению М. Постера, является то, что сметены в общую дефиницию постиндустриального общества экономические, политические и культурные факторы, в результате чего определение новых явлений становится определением всего общества. Особую критику вызывает утверждение Д. Белла, что знание является независимой переменной в постиндустриальном обществе, которой определяются другие переменные, такие как труд и капитал. М. Постер считал, что это может служить гипотезой, но не выводом. Также М. Постер критиковал концепцию Д. Белла за сведение коммуникации к экономической метафоре, т.е. игнорировании вопросов культуры. Теоретики постиндустриализма, писал он, не видят последних трансформаций, потому что смотрят на них сквозь «социально-экономические» очки. М. Постер считал, что новые тенденции в экономике, отмечаемые Д. Беллом и другими авторами, имеют место. Но их заявления, что эти изменения ведут к фундаментальному переустройству общества, к возникновению постиндустриального мира, уязвимы для критики с позиций марксизма и других направлений, поскольку это изменения количественные, но не качественные. Теоретики постиндустриального общества, отмечал М. Постер, склонны игнорировать проблему языка как на уровне теории, так и на уровне задаваемой ими области социального [Poster M., 1990: 25, и далее; по Алексеева И.Ю., 1998]. М. Постер считал неправомерным трактовать информацию как экономическую сущность и теоретически оправдывать распространение товарных отношений на информационную сферу. Легкость, с которой информация может воспроизводиться или передаваться, уже разрушает, утверждал он, правовую систему, устои которой были сформированы для защиты частной собственности на материальные вещи. М. Постер настаивал, что для адекватного понимания социальных отношений в эпоху конвергенции вычислительной техники и техники средств связи необходимо исследование изменений в структуре коммуникационного опыта. Концентрируясь на изменениях в языковом измерении культуры, связанных с электронным письмом, базами данных, компьютерными сетями, М. Постер предложил концепцию способа информации в качестве шага в создании теории, которая была бы в состоянии «расшифровать» лингвистическое измерение этих новых форм социальных взаимодействий. Термин «способ информации», по мнению американского ученого, перекликается с марксовской теорией способа производства и служит (1) для периодизации прошлого в соответствии с различными способами информации и (2) в качестве метафоры для современной культуры, придающей «информации» в некотором смысле фетишистское значение. Выделяются следующие ступени производства информации: (а) устно опосредованный обмен «лицом к лицу», (б) письменный обмен, опосредованный печатью и (в) электронно опосредованный обмен.

Выдающийся британский социолог Э. Гидденс выдвинул следующие возражения к взглядам теоретиков постиндустриального общества. Он считал, что мысль о том, что основой экономической системы становится информация, является следствием специфической и весьма спорной интерпретации сдвига в структуре занятости в сторону сферы услуг [Гидденс Э., 2005: 604, и далее]. Данная тенденция, сопровождающаяся падением занятости в других отраслях производства, восходит почти к началу самой индустриальной эпохи, так что явление это отнюдь не новое. С начала XIX века и промышленность, и сфера услуг — обе расширялись за счет сельского хозяйства, причем темпы роста в сфере услуг постоянно были выше, чем в промышленности. Промышленный рабочий фактически никогда не был самым распространенным типом наемного работника. В сельском хозяйстве и в сфере услуг занятость всегда была выше, причем существовала прямая зависимость между ростом сферы услуг и сокращением числа рабочих мест в сельском хозяйстве. Очевидно, что основное изменение было не в переходе от промышленности к услугам, а от сельского хозяйства к остальным видам занятости. Кроме того, отмечал Э. Гидденс, сектор услуг чрезвычайно неоднороден. Деятельность в этой сфере не следует отождествлять с профессиями «белых воротничков», поскольку многие работы такого рода связаны с физическим трудом, например, служба на бензоколонке. В свою очередь, большинство «беловоротничковых» должностей практически не требуют специальной подготовки и в значительной мере механизированы. Это относится к большинству офисных должностей низшего ранга, к обязанностям секретарей и клерков. Это также противоречит выводам классиков постиндустриализма. Также многие «сервисные» операции — лишь часть процесса, общим итогом которого являются материальные продукты, и фактически их следует считать частью производства. Так, программист, занятый составлением программ для станков какой-нибудь промышленной фирмы, принимает непосредственное участие в процессе изготовления материальных благ. Э. Гидденс пишет, что Д. Белл высказывает предположение, что Соединенные Штаты дальше всего продвинулись на пути к постиндустриальному обществу, и в дальнейшем этим же путем последуют остальные. Кроме того, американская экономика уже давно отличается от экономики других индустриальных стран: в течение всего нынешнего столетия относительная доля занятых в сфере услуг в США была выше. Однако, соотношение между сервисными и производственными профессиями в разных странах существенно варьируется и сегодня; многие страны, по всей вероятности, вообще никогда не станут такими же «сервисно-ориентированными», как Америка. То, что некоторые считают общей тенденцией, фактически может оказаться специфической чертой американского общества. Таким образом, критиковалась американоцентричность постиндустриальных исследований. Также Э. Гидденс отмечал, что никто не может с уверенностью судить о том, каковы будут долговременные последствия широкого распространения микропроцессорных систем и электронной коммуникации. В данный момент они интегрируются в промышленное производство, а не вытесняют его. Похоже, что технология такого рода будет очень быстро развиваться и охватывать все новые сферы социальной жизни. Однако любые оценки последствий этого влияния по-

прежнему остаются лишь предположениями. Остановился Э. Гидденс и на технократизме исследователей постиндустриализма. В концепции постиндустриального общества преувеличивается роль экономического фактора в социальных переменных. Подобное общество описывается как итог экономических процессов, повлекших за собой изменения во всех остальных социальных институтах. Большинство сторонников постиндустриальной гипотезы почти не испытывали влияния К.Маркса или же открыто его критиковали, однако их взгляды можно считать квазимарксистскими в том смысле, что экономические факторы в их подходе являются причиной социальных перемен. Однако, сегодня политика и культура являются движущими силами перемен в не меньшей степени, чем экономика. Э.Гидденс делает вывод, что многое из того, что описали теоретики постиндустриальной ориентации, действительно отражает важные черты современной эпохи, однако не очевидно, что концепция «постиндустриального общества» — лучший путь для объяснения подобных процессов.

Несогласие с отдельными положениями постиндустриальной теории высказывал Б. Френкель. Он отвергал положение о наступлении посткапиталистического строя с размытыми правящими классами («знаниевыми элитами»), о конвергенции капиталистических и социалистических стран (в работах, изданных до 1991 г.), некоторые другие положения [Франкел Б., 2005: 253-256].

Британский социолог Д. Лайон провел аналогию между концепцией информационного общества и предыдущими технологическими концепциями «хороших обществ». Он отметил, что информационное общество приводит к увеличению уже имеющегося разрыва между социальными группами и нациями, расширяет возможности государства и других институций направлять и контролировать жизнь людей, усиливает власть постоянно растущих экономических интересов. Д.Лайон считал, что сведение политических дебатов до уровня технических средств ведет к тому, что люди не имеют возможности принимать в них участие на уровне морали и справедливости, т.е. возможность путем политических действий влиять на их результаты. Как пример он приводил лозунги «Компьютер в каждую школу» и «Автоматизироваться или обанкротиться», которые сводят дискуссию к средству, а не к цели и не дают возможности развиваться ей в плоскости «Почему ребенка необходимо обучать работе на компьютере?» или «Кто будет получать выгоду от автоматизации?». Информационное общество имеет идеологический аспект, который, в том числе, состоит в проблеме неравенства и властных отношений. Также информационные технологии порождают новые моральные проблемы. Это и проблема уничтожения данных, и вмешательство в личную жизнь. Важное значение имеет статус самого понятия информации, правильного соотношения между данными, информацией, знаниями и мудростью. Кроме того, информация начинает вырабатываться как товар, и встает проблема общественной информации. Представляется Д.Лайону сомнительным и тезис о доминировании нового «информационного сектора», об исчезновении таких черт индустриального капитализма как централизм, монополии и неравенство, о взаимосвязи технологического и социального развития. Относительно последнего Д.Лайон отмечает, что сам технологический прорыв — это

социальная конструкция. Также резко возражает Д.Лайон против технологического детерминизма [Лайон Д.].

Французские исследователи С.Нора и А.Минк в докладе президенту Франции уже в 1978 г. критиковали концепцию Д.Белла за рассмотрение конфликтов только в терминах рынка и стремление вернуть их в эту область, когда они выходят за ее пределы [Nora S., Minck A., 1980: 133, и далее; по Алексеева И.Ю., 1998]. При таком подходе, считают они, предвидение будущего заканчивается «транквилизированным постиндустриальным обществом», где изобилие и все большее равенство жизненных стандартов сделает возможным объединение нации вокруг огромного культурно гомогенного среднего класса и преодоление социальных напряжений. Если даже постиндустриальный подход продуктивен в отношении информации, управляющей поведением производителей и покупателей, то он бесполезен при столкновении с проблемами, выходящими за сферу коммерческой деятельности и зависящими от культурной модели. Квалифицируя и либерально-постиндустриалистский, и марксистский подходы как «мистифицирующие», французские исследователи выдвинули идеал такого информационного общества, где организация должна совпадать с добровольностью. В информационном обществе, подчеркивали С.Нора и А.Минк, групповые планы в большей мере, чем ранее, выражают социальные и культурные устремления. Одновременно будут возрастать и внешние давления. В этих условиях, по их мнению, только власть, обладающая надлежащей информацией, сможет способствовать развитию и гарантировать независимость страны. Полагая, что информационное общество будет менее четко социально структурировано и более полиморфно, чем общество индустриальное, французские ученые считали, что одним из факторов полиморфизма является отношение различных групп к тенденции упрощения языка, связанной, в частности, с соображениями эффективности баз данных и других электронно-опосредованных коммуникаций. Таким образом, предлагая единый язык, компьютеризация способствует преодолению культурного неравенства. Вместе с тем, хотя такой упрощенный язык, считают они, будет совершенствоваться и становиться пригодным для все более развитых диалогов, он будет все же встречать сопротивление. Приемлемость этого кодифицированного языка будет зависеть от культурного уровня субъектов, что обусловит дискриминационный эффект телематики.

Опасность информационного колониализма и тотального контроля не только за поведением, но и предпочтениями людей подчеркивал, в частности, Д.Холл [Гол Д., 2005: 21-23].

Говоря об особенностях современной эпохи российский ученый Д.В.Иванов утверждал, что сегодня создается ничуть не больше интеллектуальной продукции или знания, чем в Античности или Средневековье. Геоцентрическая модель Птолемея позволяет рассчитывать видимое положение планет ничуть не хуже, чем гелиоцентрические модели Коперника и Галилея; доклады Римскому клубу дают столько же знания о будущем человечества, что и средневековые пророчества о Страшном суде; классификации элементарных частиц в XX веке столь же многочисленны и сложны и в той же степени связаны с опытными данными, что и классификации ангелов и демонов в веке XV. Сейчас больше физики и

меньше демонологии, пятьсот лет назад соотношение было обратным, но по общему числу моделей эпохи не различаются принципиально. Но Д.В.Иванов отмечает, что существует принципиальная разница, которая заключается в том, что сейчас неизмеримо больше коммуникаций. Тиражирование интеллектуального продукта коренным образом отличает современное общество как информационное. По мнению российского исследователя, под термином «информация» кроется именно коммуникация, а не знание, т.е. как информированный человек принимается не тот, кто больше знает, а тот, кто участвует в большем числе коммуникаций [Иванов Д.В. а]. Также Д.В.Иванов критиковал технологический детерминизм создателей концепций информационного общества. При всех изменениях, считал он, не становятся более убедительными утверждения сторонников теории информационного общества о том, что в современную эпоху информация играет более существенную роль, чем материальные факторы, обозначаемые как вещи, труд, сырье и т.д. Информационное общество, делает вывод Д.В.Иванов, оказывается фантомом постиндустриальной эпохи. Технологические сдвиги, с которыми связывали формирование такого рода социальной организации, налицо, а ожидаемые перемены институциональной структуры не происходят, оставляя нерешенным вопрос, являются ли изменения общественных отношений функцией от изменений технологических, или общественные изменения — это серия технологических, экономических, политических и иных тенденций, корреляции между которыми вовсе не обязательно предполагают существование однозначных причинно-следственных связей [Иванов Д.В. б]. За технологический детерминизм, а также за стремление к разрешению противоречий капитализма при помощи развития техники постиндустриальный подход критиковался также советскими исследователями [Алексеева И.Ю., 1998].

Критиковал технологический детерминизм и утопичность концепций информационного общества также российский ученый И.С.Мелюхин. Он считал, что в современных работах по проблемам информационного общества зачастую доминируют футуристические построения, основанные на утопическом понимании воздействия технологий на общество. Формирование основ нового типа общества лишь до определенной степени определяется технологическими факторами. Гораздо большее воздействие на этот процесс оказывают преобразования в экономике, социальной структуре общества, политическом процессе, общественном сознании и т.п. Также тревогу российского исследователя вызывала заметная унификация массового сознания, поскольку люди «потребляют» практически одновременно одни и те же новости, особенно глобального характера, идет массированная пропаганда образа жизни, присущего западной, техногенной цивилизации, в различных странах рекламируются одни и те же группы товаров [Мелюхин И.С., 1998: 20-21].

О преувеличении роли «информационного сектора» экономики, информационной теории стоимости, которая противопоставляется трудовой теории стоимости, писал также Ф.И.Шарков [Шарков Ф.И., 2003: 171].

Резкой критике практика постиндустриального общества подверглась в работах российского ученого А.В.Бузгалина, который одну из своих статей так и назвал «Постиндустриальное общество» — тупиковая ветвь социального развития?» [Бузгалин А.В., 2002: 26, и далее].

Он отмечал, что критика теорий постиндустриального общества, как правило, идет по двум линиям. Первая: масштабы распространения и, главное, роль процессов развития нового качества социума сильно преувеличены. Бум информационных технологий, резкое возрастание роли элиты профессионалов в жизни общества и т. п. характерны лишь для «золотого миллиарда», но даже там радикальных, качественных изменений в природе рыночной буржуазной экономики, гражданского общества и *homo economicus* («экономического человека») не происходит, и потому основные постулаты прежней экономической, социальной, политической и т. д. теории остаются актуальными. Как следствие развивается и вторая линия критики: пережив в период перестройки краткосрочную эйфорию по поводу новых импульсов для «социализма будущего» в связи с постиндустриальными тенденциями, критики нынешней системы слева довольно быстро впали в пессимизм, убедившись, что на практике рост информационных технологий ведет к прямо противоположным процессам: упрочению транснациональных корпораций и рынка в экономике, правых — в политике и идеологии. Глобальная власть капитала, отмечал А.В.Бузгалин, предполагает, во-первых, тотальный, проникающий во все поры жизни человека, рынок. Причем это не рынок свободно конкурирующих атомизированных предприятий, а тотальный рынок как пространство борьбы гигантских сетей, центрами которых являются ТНК. Во-вторых, гегемония капитала ныне — это преимущественно власть виртуального фиктивного финансового капитала, «живущего» в компьютерных сетях. В мире образовался виртуальный «черный ящик», состоящий из гигантских (в сотни миллиардов долларов) финансовых пузырей, надувшихся за счет как спекуляций в «первом мире», так и долгов, «асфальтирования» и т. п. форм финансового подавления стран «второго» и «третьего» миров. В-третьих, глобальная гегемония капитала ныне предполагает не просто подчинение наемных рабочих через куплю-продажу рабочей силы, но и целостное подчинение личности работника. Творческий потенциал, талант, образование — вся жизнь человека-профессионала присваивается современной корпорацией в «первом мире»; полукрепостнические методы эксплуатации, запирающие работников в гетто отсталости, все более распространяются не только в «третьем», но и во «втором» мирах. В-четвертых, общеизвестна система методов монополизации «первым миром» ключевых ресурсов развития — know how, высококачественной рабочей силы и т. п. — при поглощении подавляющей части природных ресурсов и экспорте грязных технологий, социальной грязи в «третий» и «второй» миры. В-пятых, это глобальное политическое и идеологическое манипулирование, информационное и культурное давление. А.В.Бузгалин отмечал, что не менее известно и то, что это разбухание фиктивного финансового капитала сопряжено и с ростом искусственно раздутой рекламы и переразвитой торговли (ориентированных не на обслуживание, а на подчинение потребителя и подталкивающих его к росту престижного — и в этом смысле тоже фиктивного — потребления), бюрократического (т. е. работающего прежде всего на воспроизводство аппарата) управления всех уровней, массовой культуры (не развивающей, но разрушающей творческий потенциал человека) и т. п. Обобщая эти процессы, можно сказать: в мире образовался и растет превратный

(фиктивный) сектор — сфера, где ни утилитарные материальные, ни культурные ценности не создаются, где преимущественно производятся и воспроизводятся фиктивные блага, предназначение которых — обслуживание транзакций, трансформаций одних превращенных форм в другие. Именно этот сектор поглощает огромные высвобожденные прогрессом материального производства в конце XX в. ресурсы. Здесь происходит как бы «удвоение превращения»: центром общественных связей, центром притяжения ресурсов, получения доходов и т. д. становится даже не материальное производство в форме рынка, но деятельность по обслуживанию и опосредованию собственно рыночных отношений (точнее, транзакций) между различными институтами. Вот почему ключевой проблемой прогресса человеческого сообщества в XXI в., по мнению А.В.Бузгалина, становится освобождение творческой деятельности от форм, которые ей навязываются в превратном секторе, выдавливание этого сектора и использование высвобождаемых ресурсов для прогресса креатосферы — мира культуры, общедоступной творческой деятельности и, соответственно, сфер, в которых создаются культурные ценности, идет процесс формирования, воспитания, обучения и развития человека как свободной, всесторонне развивающейся личности. Кроме того, А.В.Бузгалин считал, что за понятиями «сфера услуг» и «материальное производство» скрывается крайне неоднородная совокупность сфер. Если в качестве критерия прогрессивности структуры общественной деятельности принять меру продвижения от материального производства к креатосфере, да еще и с учетом формирования такой превращенной формы этого процесса как превратный (фиктивный) сектор, то весьма сомнительными окажутся многие принятые ныне тезисы. Во-первых, окажется, что критерий постиндустриальности как неявно применяемая мера развитости обществ (в частности, один из критериев отрыва «первого мира» от остальных) по меньшей мере недостаточен, ибо не учитывает такого важнейшего параметра, как сфера использования этих технологий (а значит — мотивы, цели и социальные, экологические, гуманитарные результаты). Во-вторых, по существу неправомерным окажется типичное для многих авторов сближение (а то и прямое отождествление) постиндустриального сектора и сферы услуг. Последняя включает огромный пласт доиндустриальных и индустриальных видов деятельности. Кроме того, нельзя забывать и о том, что в отраслях материального производства (промышленность, транспорт и т. п.) ныне весьма развиты постиндустриальные технологии. В-третьих, наиболее важными с точки зрения прогресса (экономического, социального, гуманитарного) окажутся не те отрасли, где максимально используются информационные и иные высокие технологии, а те, где в наибольшей степени обеспечивается простор для ростков креатосферы (названные два критерия лишь частично совпадают), а не превратного сектора, т. е. общедоступного образования и воспитания (прежде всего в детских садах и школах), здравоохранения, подлинных науки и культуры, а не финансовых спекуляций, маркетинга, массовой культуры и бюрократического управления.

Верной является критика изменений в медийной сфере. Ряд исследователей отмечают, что развитие медийных средств в сторону скорости и поверхности излагаемой информации, камерности ведет к формиро-

ванию «одномерного» человека. Исчезает глубина изложения, характерная для письменного периода истории человечества. Переизбыток информации не привел к широкой информированности людей. Массовое изготовление медийных продуктов для массового потребления снижает этический и культурный уровень аудитории [Этика..., 2003: 5]. О том, что коммуникационные технологии не только облегчают коммуникацию, но и могут вследствие своей инструментальной природы ее затруднять, а также несут в себе угрозы структурам жизненного мира, писал А.В.Назарчук [Назарчук А. В., 2002]. Также отмечалась опасность поведения новой элиты, «информационной аристократии». Это узкая замкнутая группа избранных, которые не имеют ни национальных, ни региональных, ни территориальных корней, и стремятся определять судьбы информационного общества. К.Герман отмечала, что решения о социально ориентированном развитии информационного общества, принятые правительствами стран «Большой семерки», никак не влияют на поведение этой новой аристократии [Герман К., 1998: 75].

Российские исследователи Г.В.Емельянов и А.А.Стрельцов выделяют несколько основных источников угроз безопасности информационного общества, которые могут затрагивать интересы человека, общества и государства [Емельянов Г.В., Стрельцов А.А., 1999: 15, и далее]. Наиболее опасным источником угроз этим интересам, по их мнению, является существенное расширение возможности манипулирования сознанием человека за счет формирования вокруг него индивидуального «виртуального информационного пространства», а также возможности использования технологий воздействия на его психическую деятельность. Другим опасным источником угроз интересам человека является использование во вред его интересам персональных данных, накапливаемых органами государственной власти, а также расширение возможности скрытого сбора информации, составляющей его личную и семейную тайну, сведений о его частной жизни. Одним из источников угроз интересам общества в информационной сфере российские исследователи считают непрерывное усложнение информационных систем и сетей связи критически важных инфраструктур обеспечения жизни общества. Эти угрозы могут проявляться в виде как преднамеренных, так и непреднамеренных ошибок, сбоев и отказов техники и программного обеспечения, вредного воздействия на эти инфраструктуры со стороны преступных структур и криминальных элементов. Опасным источником угроз выступает возможность концентрации масс-медиа в руках небольшой группы собственников и, прежде всего, зарубежных. Эти угрозы могут проявляться в виде манипуляции общественным мнением по отношению к тем или иным общественно значимым событиям, а также разрушения нравственных устоев общества путем навязывания ему чуждых ценностей. Также авторам представляется, что одним из источников угроз будет обострение конкуренции на отечественных и зарубежных рынках продуктов интеллектуальной деятельности. Эта угроза может проявиться в виде расширения масштабов недобросовестной конкуренции, нарушения прав интеллектуальной собственности. Наконец, опасным источником угроз называется расширение масштабов отечественной и международной компьютерной преступности. Эти угрозы могут проявляться в виде попыток осу-



ществления мошеннических операций с использованием глобальных или отечественных информационно-телекоммуникационных систем, отмывания финансовых средств, полученных противоправным путем, получения неправомерного доступа к финансовой, банковской и другой информации, которая может быть использована в корыстных целях. Наиболее опасными источниками угроз интересам государства в информационной сфере Г.В.Емельянов и А.А.Стрельцов считают неконтролируемое распространение «информационного оружия» и развертывание гонки вооружений в этой области, попытки реализации концепций ведения «информационных войн». Эти угрозы могут проявляться так же в виде получения противоправного доступа к сведениям, составляющим государственную тайну, к другой конфиденциальной информации, раскрытие которой может нанести ущерб интересам государства.

В целом, критики концепций информационного общества выступают с разных позиций. Этим объясняется многовекторность критических замечаний. Основной объект критики — технический детерминизм большинства разработчиков идеи информационного общества. Справедливы замечания относительно того, что технологии не являются основным фактором изменения общественных отношений, что нужно рассматривать общество и изменения в нем как комплексные явления. Многие ученые выражают сомнение в переходе общества на новую ступень развития, аргументируя свои взгляды именно тем, что суть экономических отношений с приходом новых технологий не изменилась.

## 4.2. Основные составляющие информационного общества

### 4.2.1. Экономика

Экономическую составляющую информационного общества разрабатывали его ведущие теоретики от Д.Белла до М.Кастельса. Их взгляды изложены в предыдущих главах. А тут мы остановимся на разработках иных ученых. Интересен подход Б.Франкеля. Он признавал, что быстрое развитие информационных и коммуникационных технологий приводит к фундаментальным изменениям в трудовых процессах [Франкел Б., 2005: 165, и далее]. Б.Франкел соглашался с тем, что в постиндустриальном обществе завершается исторический цикл: от домашней промышленности в начале капиталистической индустриализации до возвращения «домой» с завода в информационном обществе. Но тут встают два вопроса. Первый, является ли работа в «электронном коттедже» возвращением к старой форме самоэксплуатации под видом подрядной работы. Второй, каким образом эта работа улучшит нынешние трудовые отношения и условия трудозанятости. Работа в домашних условиях при помощи электроники носит новый характер, ее условия не исследованы, однако Б.Франкел предложил разделить ее

по уровню сложности на обработку данных и печатание и профессиональную и бизнесовую работу. Причем, первую выполняют, в основном, женщины, вторую — мужчины. Таким образом, Б.Франкел не разделял оптимизма Э.Тоффлера относительно решения проблемы гендерного неравенства в информационном обществе. Б.Франкел считал, что оптимизм Э.Тоффлера игнорирует ряд важных факторов. Во-первых, по его мнению, условия труда надомников будут разными в зависимости от специфических социальных законов и условий разных стран. Во-вторых, Б.Франкел со скепсисом относится к ожиданиям Э.Тоффлера появления новых самоорганизующихся систем. Но такая организация — это сложное дело. Традиционно надомники, безработные и получатели социальной помощи страдают от апатии и социальной изоляции. В-третьих, Б.Франкел критикует прогноз Э.Тоффлера относительно возрастания количества профессионалов и бизнесменов, которые будут работать на дому. Кроме того, Б.Франкел попробовал спрогнозировать развитие социалистического информационного общества (английский вариант его работы вышел в 1987 г.).

Величайшая познавательная проблема, стоящая перед сегодняшней экономической наукой, — квантифицировать воздействие информации на экономическую жизнь и выразить этот наиважнейший фактор в финансовых категориях.

Французские социологи Д.Мартен, Ж.-Л.Мецжер и Ф.Пьер при анализе информационной экономики двигались в русле доктрины М.Кастельса, хотя попробовали внести некоторые дополнительные элементы. В частности, они исследовали роль государства как субъекта гонки за прибыльность капитала в мировом масштабе. Защита национальных интересов идет через поддержку отечественных фирм на мировых рынках. Французские ученые подчеркнули возникающий парадокс: при растущей либерализации рынков государства на международном уровне поддерживают деятельность отечественного производителя. Преимущество тут имеют сильные государства [Мартен Д., Мецжер Ж.-Л., П'ер Ф., 2005: 135, и далее]. Исследователи считали, что появление информационной экономики не является чистым продуктом технологического процесса и не есть процессом без акторов и своей истории. Глобализация и конкуренция в планетарном масштабе позволили широкое распространение новых технологий. В противовес взглядам многих классиков постиндустриализма, французские авторы особо подчеркивали, что информационная экономика не зачеркивает индустриальную, а развивает и продолжает ее. Информационная экономика благодаря новым технологиям функционирует как единица реального времени в планетарном масштабе. То есть проявляется глобализация капитала, руда, товаров и услуг. А венцом новой экономики станут сетевые схемы организации труда.

Известный российский исследователь В.А.Иноземцев провел четкое различие между постиндустриализмом в США и ЕС. Он писал, что, несмотря на то, что Соединенные Штаты и Европейский Союз в их совокупности часто называют «западным миром», что они объединены в крупнейший в истории военно-политический альянс, проводят во многом согласованную экономическую политику, и, наконец, несмотря на то, что по обе стороны Атлантики общество основывается на схожем

технологическом фундаменте, социальное развитие США и ЕС идет отнюдь не одинаковыми путями [Иноземцев В.А., 2001: 143, и далее]. В.А.Иноземцев считал, что европейская модель развития намного более «постиндустриальна» по своей сути, нежели американская, и имеет гораздо больше шансов стать доминирующей в наступившем столетии.

По мнению российского исследователя в США, несмотря на то, что их экономика в полной мере является постиндустриальной, перемены в социальной сфере значительно отстают от экономических преобразований. Американцы, никогда не имевшие иных показателей успеха, кроме эффективности производства и размеров прибыли, идут главным образом по пути создания технологий и продуктов, остающихся вполне массовыми и стандартизированными, хотя и имеющих порой мировое значение. Делается вывод, что постиндустриальная экономика США во многих отношениях как бы срослась с индустриальной идеологией, и следует признать, что успехи постиндустриального хозяйства Америки достигаются во многом теми же методами, которые вывели ее в авангард социально-экономического прогресса в эпоху индустриализма. В.А.Иноземцев считает, что технологический и хозяйственный базис американского и европейского постиндустриализма — это явления одного и того же масштаба и одинаковой природы. Однако время делает все более выпуклыми некоторые важные особенности Западной Европы как постиндустриального региона, которые могут развести векторы постиндустриального развития, а также определить в будущем и динамику этого развития. По мнению В.А.Иноземцева, это роль, которую играют в жизни европейцев культурные ценности и постматериалистические, надутилитарные мотивы деятельности, а также выигрышное, по сравнению с американским, позиционирование на мировой арене. В условиях постиндустриализма европейцы стремятся повысить не уровень, а качество жизни. Российский ученый считает, что культура, воспринявшая все достижения информатики, становится все более значимой отраслью европейской экономики, и в этом отношении страны ЕС гораздо более «постиндустриальны», чем США. Если в США большинство гигантских состояний сделаны на развитии и реализации новых технологий, постиндустриальных более в технологическом, чем в социальном аспекте (всем известны успехи Microsoft, Cisco, Intel, Oracle, Amazon.com и т.д.), то в десятку наиболее богатых людей Европы входят владельцы L'Oreal, LVMH, Redoute, Luxottica, Hermes, представляющие тот сектор экономики, в котором создаются уникальные и невозпроизводимые, постиндустриальные прежде всего в социальном аспекте, т.е. по своей сути блага и услуги, производство которых, разумеется, невозможно вне современных технологий. Он считает, что сегодня европейцы более ориентированы на саморазвитие, и при более высоком значении ВВП на душу населения качество жизни в США вряд ли превосходит европейские показатели. Сегодня в Европе искусство жить (*l'art de vivre*) сменяет по значимости искусство работать, а общественно признанным является прежде всего не положение успешного предпринимателя, а статус человека, способного увлечь других своими действиями или идеями, своего рода властителя дум (*la maitre d'esprit*); важнейшей проблемой становится не трудоустройство граждан, а формирование в них стимула к продуктивной деятельности; европейские общества являются

в большей мере обществами досуга, чем безработицы, а это представляется нам пусть и не однозначно позитивной или негативной, но очевидной чертой постиндустриального социума.

В.А.Иноземцев отмечает, что социальные системы европейских стран и США могут рассматриваться как две альтернативные модели общества, возникающего на фундаменте информационного типа хозяйства. Американская модель более экстравертна, европейская более интравертна; первая пока еще выглядит более эффективной, но глубинные основы второй, по мнению ученого, в гораздо большей мере адекватны фундаментальным принципам постиндустриализма.

Интересны рассуждения В.А.Иноземцева о природе постиндустриального хозяйства. Он считает, что в отличие от доиндустриальной или индустриальной экономик, для постиндустриального хозяйства характерен качественно новый лимитирующий фактор производства. При этом отвергается идея, что таким фактором является информация. Информация не может быть признана фактором, схожим по своим свойствам с землей и капиталом — важнейшими производственными ресурсами доиндустриальной и индустриальной эпох. Земля и капитал противостоят труду, т.е. деятельности, как объективные факторы. Вступая в процесс производства, они взаимодействуют с деятельностью, а по окончании его сохраняют свою вещную форму. Напротив, информация не может быть применена, не будучи осознана; таким образом, чтобы вступить в процесс производства, она должна утратить свою объективированную форму и принять форму субъективную, превратиться из информации в знания. Таким образом, резюмирует российский исследователь, основной фактор современного производства, в отличие от прежних социальных форм, оказывается неотделимым от его субъекта, и по завершении производственного процесса новые знания, полученные работником, становятся его неотъемлемым достоянием, а не возвращаются к собственнику исходной информации. В результате собственники знаний становятся *de facto* основным производительным классом в постиндустриальной экономике. Этот класс, однако, сам производит готовый продукт и не требует эксплуатации других классов, как это происходило, например, в условиях капиталистического строя. Тем самым постиндустриальный сектор возникает в условиях индустриальной экономики точно так же, как индустриальный появился в преимущественно аграрном хозяйстве; но если индустриальный сектор стремился подчинить себе все общество, то постиндустриальный обнаруживает, считает В.А.Иноземцев, тенденцию к самоизоляции.

Что касается перспектив развития общества в XXI ст., то В.А.Иноземцев считает маловероятным масштабные конфликты между «первым» и «третьим» мирами, подобный национальным движениям стран в 50-е и 60-е годы. Также он скептически относился к активизации экстремистских движений и росту влияния международных террористических организаций. Основными проблемами нового столетия, по В.А.Иноземцеву, окажется деградация «низших» классов и вытекающие отсюда проблемы, а в международном масштабе — неконтролируемая детериорация социальной и природной среды в странах периферии. Гражданские войны, эпидемии, уничтожение лесов, расширение пустынь, масштабные загрязнения окружающей среды вредными

выбросами — все эти проблемы неизбежно затронут и западные страны, так как по самой своей природе имеют глобальный, планетарный характер. Поэтому в наступающем столетии задачей постиндустриальных сегментов национальных экономик и мировой экономики в целом должно стать выживание в деградирующей социальной среде внутри собственных стран и открыто враждебной среде в мировом масштабе, делает неутешительный вывод российский исследователь.

Л.М. Землянова определяла информационную экономику как концепцию, характерную для тех прогнозов информационного общества, в которых акцентируется на ведущей роли электронно-информационных технических средств связи в развитии экономики. При этом информация отождествляется с товарной продукцией и исследуется преимущественно статистическими методами при игнорировании социальных и культурно-ценностных аспектов информационно-коммуникационной революции [Землянова Л.М. а, 1999: 68-69].

На особенности труда в информационную эпоху обратили внимание исследователи Института проблем глобализации. По их мнению, отличительной особенностью творческого труда является принципиальная неотчуждаемость работника от используемых средств производства, главным из которых оказывается его собственный интеллект. Принуждение и эксплуатация оказываются принципиально, технологически невозможными и несовместимыми с высокой эффективностью общественного производства. Творческий работник не продает собственнику средств производства отчуждаемую им от себя способность трудиться на них, а, сам, будучи органическим собственником важнейшего средства производства — своего интеллекта, — сдает его организатору производства в своеобразную аренду. При этом работник не продает свою рабочую силу — способность к созданию новой стоимости, но также сдает ее в своеобразную аренду, получая часть новой создаваемой стоимости как собственный предпринимательский доход. В отличие от традиционных «материальных» технологий, продуктом которых является тот или иной товар, то есть в целом отделенная от человека вещь или услуга, продуктом информационных технологий волей-неволей является определенное состояние самого человеческого сознания, в том числе массового. Таким образом, развитие технологий, если рассматривать их с точки зрения отчуждения от человека, прошло «большую диалектическую спираль»: от полного слияния с человеком в первобытнообщинном строе до все большего отрыва от него в эксплуататорских (промышленных) социальных структурах и обратно, к все большему слиянию с ним в процессах творческого труда. При этом вновь наблюдаются устойчивые тенденции к возрождению универсального знания (прежде всего это «второе рождение» философии и, особенно, психологии) и появлению своего рода практиков-энциклопедистов, работающих практически во всех сферах человеческой деятельности одновременно (к этой категории относятся прежде всего системщики, организаторы коллективов, нейролингвисты, имиджмейкеры — специалисты по формированию сознания). Само же человеческое познание, традиционно сконцентрированное в основном в области технологий, по мере усиления творческой компоненты труда неуклонно становится все более и более гуманитарным. Если раньше производственные технологии были направлены на трансформацию не-

живой материи, то по мере информатизации они все больше перенастраиваются на изменение живого общественного сознания, в том числе и общественной культуры. Человеческое общество впервые за всю историю своего существования вплотную и в массовом порядке занялось своим собственным преобразованием, которое стихийно и с кажущейся хаотичностью ведется сегодня практически по всем направлениям. В частности, корректируя сознание, информационные технологии, естественно, могут корректировать и структуру потребностей как отдельно человека, так и значительных масс людей. Результатом является не просто возможность управления общественным спросом, в том числе (в случае необходимости) прививания неприхотливости. Более того: людей можно научить извлекать радость и удовлетворение из совершенно незначительных или не относящихся к ним фактов и не обращать при этом внимания на неприемлемые с точки зрения здравого смысла неудобства [Практика..., 2000]. Не со всеми выводами российских исследователей можно согласиться. В частности, представляется упрощенной связь между характером труда и изменениями в сознании, а также взгляд на механизмы этого изменения.

По мнению российского ученого Е. Майминаса суть происходящих изменений состоит в переходе от «материального» к информационному обществу — обществу, основанному на производстве, распространении и потреблении информации [Майминас Е., 1997: 86, и далее]. Он противопоставляет материальную и информационную составляющую в структуре жизненных благ. Причем речь идет не столько о технологической информации, необходимой для современного материального производства: во главу угла выдвигается нетехнологическая и неэкономическая, а духовно-творческая информация. Информация наполняла общество всегда, но сейчас происходит качественный скачок в этом наполнении. В обществе существенно преобразуются все протекающие в нем процессы, в которых определяющую роль начинает играть информация. Уже становится очевидной решающая роль информационной составляющей непосредственно в производстве материальных благ и услуг. Речь идет прежде всего о технологии. Новая технология, или, иначе, «высокая технология» (high tech) определяет место, значение, перспективы той или иной страны, отрасли, фирмы в мировом сообществе, в конкурентной борьбе. Это также не ново: «развитие производительных сил» начиная с перехода от каменного топора к бронзовому обуславливалось новой технологией, ее усвоением и распространением. Принципиально новый разрыв, который образуется между «отставшим» и «передовым» производствами. Экономика предстает как гигантская информационная сеть со своими сгущениями (узлами) — фирмами, где производится, циркулирует и потребляется информация. В этих сгущениях-узлах вырастают иерархии для более эффективного «овладения» информацией. Подобной же сетью становится и все современное общество, где в качестве узлов выступают многочисленные и разнородные информационные центры — экономические, научные, учебные, культурные, административные, военные. Такая структура, по мнению Е. Майминаса, коренным образом отличается от смитианских представлений об экономике как о совокупности атомизированных производителей и потребителей, выступающих в качестве анонимных независимых продавцов-покупателей, которых

связывает лишь «невидимая рука» рынка. Е.Майминас попытался выделить некоторые направления формирования новой парадигмы экономической теории: — признание первостепенного значения или, точнее, ведущей роли информационной составляющей экономики, последняя соответственно предстает, скорее, как информационная сеть, а не как совокупность независимых «атомов», связанных рынком; — признание многовариантности социально-экономического развития и соответственно альтернативности будущего, из чего вытекают возможность разработки не единой, универсальной для всех, а вариантных моделей экономики, признание множественности цивилизаций и путей их эволюции, необязательность линейного прогресса и вероятность циклического развития, вообще множественность возможных его траекторий; — признание того, что в экономике действует не homo economicus, не одномерный «экономический человек», а полнокровный живой человек, руководствующийся в своем экономическом поведении многими и не всегда одними и теми же критериями и располагающий всегда неполной, ограниченной информацией. Как единый методологический знаменатель им был выделен методологический плюрализм. Это связано с центральным для современной экономики понятием информации, точнее, с исходной для нее категорией многообразия или разнообразия (variety), под которой понимается число различных состояний некоторой системы. Информация обусловлена разнообразием объекта и уменьшается именно его. Вне исходного разнообразия нет информации. Мало того, для уменьшения (в пределе — ликвидации) этого разнообразия необходимо располагать не меньшим разнообразием в отображающем его субъекте, источнике информации. Следовательно, объясняющая теория должна охватывать своим разнообразием исходное разнообразие объясняемого объекта. Адекватным методом и становится плюрализм социально-экономической теории. Построения автора выглядят интересными, но противопоставление материальной составляющей производства к информационной выглядит неубедительно, тем более, что сам Е.Майминас подчеркивает роль информационных технологий в материальном производстве.

Российский исследователь А.А.Чернов считал, что предоставив уникальные возможности в области передвижения капитала, товаров и услуг, информационные и коммуникационные технологии стали основой формирования нового типа экономики — «киберэкономики» [Чернов А.А., 2003: 7, и далее]. А существующие экономические системы вынуждены приспосабливаться к информационной и компьютерной реальности. Он сделал вывод о становлении всеохватывающей электронной среды для экономической деятельности, которая получила название «глобальная сетевая экономика» и определяется как среда, где компания или индивид, находящиеся в любой точке экономической системы, могут с меньшими затратами контактировать с любой другой компанией или индивидом по поводу совместной работы, для осуществления торговли или обмена идеями (аналогичное определение дается в докладе Европейской комиссии [Status...]). При этом А.А.Чернов согласился с выводом о том, что разворачивающийся прогресс в формировании и расширении масштабов сетевой экономики обусловлен, во-первых, непрекращающимся развитием и быстрым распростра-

нением информационно-коммуникационных технологий, а также постоянным снижением цен на их приобретение и использование, что повышает их доступность. Во-вторых, наблюдается значительное перемещение различных видов социально-экономической деятельности в электронную среду, которая уже сегодня представляет тысячи видов бизнеса [Encyclopedia...; по Чернов А.А., 2003]. Особо сильные изменения вследствие внедрения информационных и телекоммуникационных технологий происходят в трех следующих экономических институтах: торговле, финансах и трудовых отношениях. Важнейшим ресурсом тут является интеллект, который в условиях сети оказался чрезвычайно мобильным. Это, по мнению российского исследователя, создает благоприятную почву для развития дистанционных трудовых отношений, иначе называемых теле- или удаленной работой. А.А.Чернов считал, что с одной стороны традиционный список услуг для населения регулярно пополняется новыми электронными видами финансовых и развлекательных услуг: Интернет-магазин, электронный аукцион, различные операции с недвижимостью при помощи Сети, банковские операции и управление персональными финансами, интерактивное телевидение, видео/музыка, видеоигры и многое другое. Высокий спрос на все эти услуги обеспечивается наличием более широкого ассортимента, быстрого доступа к ним, а также доступной на сегодня стоимостью. С другой стороны, использование новых информационных технологий несет в себе расширение возможностей и повышение качества координации предпринимательской деятельности, что позволяет при меньших финансовых затратах и снижении инфраструктурных барьеров значительно увеличить сеть сбыта продукции. Компании обладают возможностью проводить видеоконференции и виртуальные презентации, обеспечивающие наибольший охват аудитории; создавать в Сети свои «витрины», где потенциальные покупатели могут не только получить полную информацию о компании, предоставляемых ею услугах и продукции, но и высказать по этому поводу свое мнение. Все это, в конечном счете, позволяет компаниям более эффективно налаживать обратную связь с клиентами, выявить наиболее популярные товары и услуги и в соответствии с этим координировать свою деятельность. И наконец, приемлемые затраты на подключение к сети Интернет практически из любой точки мира сделали возможным уменьшение ограничивающих географических факторов совместной предпринимательской деятельности. Это привело, в частности, к тому, что крупные международные корпорации смогли сэкономить существенные средства на перемещении сотрудников. Наличие же электронных платежных систем предоставило возможность выигрывать на, пожалуй, самом главном в бизнесе — времени [Чернов А.А., 2002].

Российские ученые С.И.Паринов и Т.И.Яковлева выделили процессы, которые усиливают влияние сетевой экономики на мировое развитие [Паринов С.И., Яковлева Т.И., и далее]: 1) Поскольку сетевая экономика может «жить» только в информационно-коммуникационной среде, создаваемой глобальной сетью Интернет, то базовым условием ее существования является развитие и распространение Интернет-технологий; привлекательность и эффективность сетевой экономики зависит от наличия в ней критической массы экономических агентов и



соответствующей инфраструктуры, которая делает возможным их деятельность (на Западе эта тема получила название «network externalities»); 2) Многочисленные попытки индивидов и организаций использовать возможности глобальной сети приводят к расширению масштабов социально-экономической деятельности в сетевой экономике; 3) Новые возможности глобальных коммуникаций между людьми дают им и новые инструменты для реорганизации форм их совместной деятельности. Эти инструменты используются для разработки принципов «сетевой организации». Массовой практикой является воплощение данных принципов при модернизации действующих или создания новых организаций, что дает им новое качество, благодаря которому они уже не могут быть отнесены ни к иерархической, ни к рыночной форме; 4) Различные виды экономической инфраструктуры, также, становятся более эффективными, когда начинают пользоваться возможностями Интернет-технологий. Это приводит к модернизации инфраструктуры в экономике и созданию сетевых институциональных структур. Как видим, первым процессом, который создает технические условия для формирования и расширения масштабов сетевой экономики, является развитие и распространение Интернет-технологий. Среди новых видов Интернет-технологий, широкое применение которых ожидается в ближайшем будущем, большое влияние на сетевую экономику, по мнению российских исследователей, окажут: а) средства групповой работы географически распределенных участников совместной деятельности, которые во многих случаях позволяют экономить существенные средства, связанные с территориальным перемещением людей; б) технология «интеллектуального агента», создающая эффект постоянного присутствия в сети информационного робота, запрограммированного своим хозяином на сбор и фильтрацию необходимой информации, на поиск людей и организаций (отвечающих заданным критериям), на проведение определенной стадии переговоров с интеллектуальными агентами других участников экономики и т.п. Вторым процессом формирования сетевой экономики является перенос в электронную среду сети Интернет различных видов социально-экономической деятельности. Третьим процессом формирования сетевой экономики является процесс превращения традиционных организаций в сетевые структуры. Эти процессы захватывают всю иерархическую вертикаль в экономике (т.е. сетевая модернизация в той или иной степени затрагивает как нижний уровень, состоящий из отдельных фирм, так и образуемые ими финансово-промышленные группы, международные объединения, целые рынки). При создании новых сетевых форм организации, а также при модернизации существующих, разработчики, как правило, ориентируются на следующие основные потенциальные преимущества: 1. Экономия на перемещениях; 2. Внутрифирменное информационное пространство; 3. Коллективное формирование информационных ресурсов; 4. Внутрифирменная координация. Четвертый процесс формирования сетевой экономики — создание сетевых вариантов «горизонтальных» экономических структур, которые обслуживают все разнообразие организаций в экономике. Часто, экономические «горизонтальные структуры» называются институциональными структурами, и интерпретируются как системы соглашений между большей частью членов общества,

которые определяют общие правила для наиболее типичных видов взаимодействия людей в обществе. К таким структурам относятся: торговая и финансовая инфраструктуры, система трудовых отношений, юридическая система и т.п. Главным действующими элементами горизонтальных структур являются связи между их отдельными звеньями и единые правила работы всех звеньев. Фактически, горизонтальные структуры в экономике (так же как и рассмотренные выше «организации») уже представляют собой сети связей, которые с переносом в среду сети Интернет получают возможность работать более эффективно. Эти новые особенности сетевой экономики требуют, по мнению С.И.Паринова и Т.И.Яковлевой, учета в практической деятельности следующих новых моментов: 1. Электронные чипы стремительно миниатюризируются, дешевеют, и проникают повсюду. Нарастание разнообразных и многоуровневых связей между этими внедряемыми повсюду «желатиновыми бобами» (jelly beans), приводит к образованию среды тесно связанных друг с другом чипов, испускающих непрерывный поток мини-сообщений («Пора открывать», «Начинай работу», «Осталось мало воды», «Ступай сюда» и т.д. и т.п.), которые будут расходиться сверх-подвижными волнами. Сетевая экономика вовлекает все новых участников: программные агенты, роботы, приборы и машины, а также несколько миллиардов людей. Все будет связано со всеми. 2. В сетевой экономике ценность продуктов труда вытекает из их множественности, подобно тому, как ценность факс-машин растет при увеличении количества людей, которые ими владеют. Появление в сети немногих дополнительных объектов может существенно увеличить позитивный эффект для всех пользователей. Эта черта сетевой экономики прямо противоречит двум из наиболее фундаментальных аксиом эпохи индустриальной экономики: 1) ценность связана с редкостью и; 2) изобилие вещей снижает их ценность. 3. Ценность участия в сетевой экономике растет экспоненциально от роста числа участников. Этот рост «засасывает» в сетевую экономику все новых и новых участников. 4. Любой экспоненциальный рост имеет «точку перелома», после которой рост бизнеса, производства или самой сети превращается в лавинообразное событие. Присущие сетевой экономике низкие постоянные затраты, несущественные предельные затраты и быстрое распространение продукции уменьшают временной интервал, который обычно требуется пройти до начала быстрого роста в индустриальной экономике. Уменьшение времени на «раскрутку» означает для всех участников экономики необходимость повышения внимания к происходящим событиям, с тем, чтобы не пропустить момент, когда тот или иной процесс, инициативу или инновацию уже необходимо принимать всерьез. 5. Основной закон работы сетей известен как закон возрастающей отдачи. Но в отличие от индустриальной экономики, где возрастание отдачи является результатом титанических усилий отдельных компаний и им же достаются все выгоды от этого, сетевое увеличение отдачи создается всей сетью и распределяется в ней между всеми. Агенты, пользователи, конкуренты вместе создают ценность сети, хотя результаты увеличения отдачи могут быть распределены и неравномерно между ними. 6. Постоянно дешевеющие чипы, которые при этом обладают высоким качеством и производительностью, встраиваются в разрастающуюся сеть и это, прямо или косвенно, ведет к со-

зданию более совершенных версий сетевых коммуникаций. Цена на передаваемый бит уменьшается по асимптотической кривой по направлению к нулевому уровню, конечно, его не достигая. Кроме того, цены транзакций, а также единиц информации, снижаются по той же траектории. Все объекты, которые можно скопировать, осязаемые и неосязаемые, приспособляются к закону инверсионного (обратного) ценообразования и становятся дешевле по мере их совершенствования. Следует изобретать объекты быстрее, чем они станут привычным товаром. В сетевой экономике можно рассчитывать на то, что лучшее удешевится, и это открывает горизонты для нового, которое пока дорого. 7. Если услуги становятся тем ценнее, чем они многочисленнее (пункт №2), и если они стоят тем меньше, чем они становятся лучше и важнее (пункт №6), то, продолжая эту логику, можно сказать, что самые ценные вещи должны быть те, которые бесплатны. Электронные копии почти ничего не стоят, а ценность возрастает пропорционально при их умножении, порождая все большую потребность в них. Когда важность и незаменимость продукта установится, компания может продавать дополнительные услуги или делать апгрейд (улучшать), что позволяет следовать и далее курсом щедрости и поддерживать этот магический круг. Вдобавок, единственный фактор в мире, становящийся действительно редким ресурсом — это внимание. Выбрасывая на рынок бесплатный продукт, вы приковываете долю человеческого внимания, которая приведет к доле рынка. И то, что сегодня бесплатно, завтра приобретет ценность, включая новые навыки и знания (сетевые, в первую очередь). 8. Отсутствие четкого центра и четких границ, характерное для сети, сопровождается энтузиазмом пользователей по отношению к «открытой архитектуре» и влияет на перемещение фокуса компаний с максимизации собственно внутренней прибыли на максимизацию инфраструктуры в целом. Направляйте энергию на развитие всех компонентов — пользователей, разработчиков, производителей компьютеров и т.д., а не на один лишь продукт, иначе, не развивая сеть, проиграете. Ключевым становится развитие сетевых стандартов, преданность стандартам, а не фирме. Компании, держащие эти высоты, выиграют максимально. Но вслед за их преуспеванием, преуспеют все участники сети. 9. Разнообразная, интерактивная и в высшей степени пластичная сетевая экономика напминает биосистему, в которой жизнь кипит — возникают новые ниши и тут же исчезают, конкуренты оказываются то впереди тебя, то позади. Организациям приходится постоянно видоизменяться, чтобы не оказаться в положении «лучший в мире эксперт в быстро отмирающей технологии». Приходится жертвовать совершенством и приспособленностью к сложившемуся рынку и становиться пусть менее совершенным и приспособленным, но более гибким и децентрализованным, и уметь на самом пике успеха вовремя «провести демонтаж» продукта или целого сектора и устремиться к новому пику. 10. Происходит замещение «тяжелых и материальных» субстанций «легкими и информационными», т.е. замещение традиционных материалов сверхлегкими со встроенными электронными чипами (в автомобилях, например, и др. технике), благодаря чему вещи как бы теряют массу, «умнеют», обмениваются информацией, легко управляются и становятся членами сетевой экономики. Экономика и коммерция как бы «впрыгнут» в Интернет и все транзак-

ции и объекты будут подчиняться сетевой логике. 11. Как в биологических системах не существует равновесия и новые виды постоянно замещают старые и находятся во взаимодействии с окружающей средой, так и сетевая экономика переходит от просто изменений к «взбалтыванию» всех и вся. Старое быстро разрушается и возникает новое и так вновь и вновь. Генезис парит над хаосом. Люди, управляющие большими сетями, знают, что устойчивая жизнеспособная сеть высокой сложности требует самопровокаций для выведения из равновесия. Сетевая экономика также должна балансировать на кромке хаоса и самообновляться. Обратной ее стороной будет постоянное отмирание индивидуальных компаний по мере их устаревания и отставания, а также стремительное замещение форм и видов работ у занятых. А карьера потребует появления все новых навыков и усвоения новых правил игры. Конечно, способность сетевой экономики порождать все новые формы может утомить, и люди будут воспринимать необходимость постоянных изменений как некое насилие. Однако задачей сетевой экономики будет демонтаж индустриальной экономики и создание гибкой сети новых организаций и новых форм организации. 12. Парадоксально, что рост технологии вовсе не приводит к росту производительности. Но не стоит заикливаться на производительности, об этом должны заботиться роботы. В эпоху, когда машины будут обеспечивать производство и делать «черную» работу, для человека вопрос «как сделать эту работу правильно и хорошо» сменится вопросом «какая работа, которую следует делать, правильна и хороша». Измерить традиционными мерками продуктивность открытий и творчества невозможно. Не решайте проблемы, ищите новые возможности. Сетевая экономика играет на руку человеческим устремлениям: повторы, копирование, автоматизация обесцениваются, а оригинальность, воображение, способность к творчеству растут в цене.

Е.Ю.Журавлева предлагала пробные идентификаторы, по наличию которых можно судить, достигло ли определенное общество информационной стадии развития. Эти идентификаторы построены на «родстве» информационного общества с малой группой [Журавлева Е.Ю., 2002: 67, и далее]. Для деятельности по саморегулированию таким идентификатором мог бы стать уровень прозрачности процесса подготовки решений для властных структур. Т.е. если решения вырабатываются коллективно, то можно считать, что общество по этому показателю достигло уровня информационного. Важным показателем информационного общества является доступность для населения социально-культурного самовыражения в сети Интернет. При переходе к сетевой экономике идет процесс превращения традиционных организаций в сетевые структуры. Сетевая организация, по мнению российской исследовательницы, в чистом виде является группой лиц, которые осуществляют процесс управления этой организацией на коллективной и равноправной основе. В качестве принципа сетевой организации выступают прямые и обратные связи, принятие существования противоречивости полифункциональных взаимодействий. Принимаются во внимание также критерии и показатели эффективности функционирования и устойчивость развития сетевых структур, интегральные эффекты сетевой организации, информационная емкость сети и ее воз-

растание, управляющий оператор сетевой структуры и его функции, диагностика и принятие управленческих решений.

Еще один российский исследователь С.А.Дятлов в рамках информационной парадигмы социально-экономического развития и информационной методологии анализа предположил, что социально-экономическая реальность представляет собой целостную целесообразную целостно организованную систему открытого типа, функционирование и развитие которой осуществляется в соответствии с законами информации [Дятлов С.А., 2000: 77, и далее]. В такой системе обмен знаниями, энергией, веществом с внешней средой не является абсолютно свободным и стихийным, а осуществляется в границах, обусловленных осознанными целями и интересами развития и детерминированных типом, уровнем, видом и формой ее конкретного существования. Развитие данной системы представляет собой не стихийный, а программируемый и управляемый процесс. Информационная парадигма для С.А.Дятлова базируется на следующем фундаментальном положении: субстанцией разнообразных социально-экономических явлений и процессов является информация. Разнообразные политические, социальные, психологические, экономические явления (процессы) имеют информационную природу или информационно заданную генетическую основу. Информационную природу имеют и экономическая динамика, и динамика социальных процессов. При этом, когда речь идет об информации как о субстанции социально-экономических явлений, то имеется в виду, прежде всего, выявление имманентно присущей всем разнообразным социально-экономическим явлениям единой субстанциональной основы, которая реализуется как их общее информационное, генетически заданное, содержание. Основой информационного общества и информационной экономики является система сетевой организации и управления, которая базируется на определенных принципах. С.А.Дятлов выделил следующие системообразующие принципы сетевой организации информационного общества и информационной экономики: системная целостность сетевой организации, ее структура и функции; многоуровневость, полифункциональность, целеполагание развития сетевой системной организации; классификация и иерархия целей. Оптимизация иерархии целей; квантирование элементов структуры сетевой организации. Оценка параметров функционирования сетевой структуры и ее элементов; прямые и обратные связи в сетевой структуре. Противоречивость полифункциональных взаимодействий; критерии и показатели эффективности функционирования и устойчивости развития сетевых структур. Интегральные эффекты сетевой организации; информационная емкость сети. Интегральный распределительный эффект и возрастание емкости сетевых структур; самоорганизация и управление, пассивность и активность в сетевых структурах; управляющий оператор сетевой структуры и его функции. Диагностика и принятие управленческих решений; риск, надежность и безопасность сетевых структур. Важнейшим принципом методологии информационного анализа социально-экономических явлений, представляющих собой сетевые структуры, является анализ данных явлений с позиций интегрального многоуровневого подхода. С.А.Дятлов выделил следующие интегральные функционально-структурированные информационные

уровни организации целостно существующих общественных явлений системно-сетевом типе: событийно-фактологический (первичная информация); статистическо-знаковый (кодовая информация); синтаксическо-языковой (информационная грамматика); семантическо-смысловой (явный информационный смысл); семантическо-содержательный (скрытый информационный смысл); волевое информационное целеполагание (векторно-целенаправленная информация (целесообразная или нецелесообразная); генетический (генетическая или наследственная информация); субстанциональный (сущностный информационный принцип или глубинная причина целостного существования данного явления как такового). С.А.Дятлов делает вывод о том, что функционирование человеческого общества как целостной системы базируется на многоуровневом сетевом организационно-технологическом принципе, т. е. социальная и экономическая сферы человеческого общества организованы сетевым многоуровневым образом. Целесообразная трудовая деятельность людей по своему содержанию представляет собой, прежде всего, деятельность информационную, а трудовые затраты могут быть представлены в виде определенным образом закодированной в продуктах и результатах труда информации, которая может быть выражена количественно в соответствующих единицах. Это позволяет С.А.Дятлову поставить вопрос о разработке методологических принципов измерения совокупных затрат и результатов производства в универсальных информационных единицах, т. е. о разработке информационной теории ценности (стоимости). Чтобы осуществить процесс воспроизводства своей многообразной общественной жизни, и, прежде всего, социально-экономической, люди вступают в определенные связи и отношения, и только в рамках этих связей и отношений, образующих единую целостную систему, существует их отношение к окружающему миру и природе. Связи и отношения такого рода имеют информационную природу, т. е. содержанием всех отношений между людьми по поводу воспроизводства их многогранной общественной жизни является информационное взаимодействие, обмен информацией, ее накопление, производство, анализ, отбор и потребление. Для С.А.Дятлова лучшим подтверждением тезиса о том, что внутренним содержанием экономических явлений является информация, служит широкое распространение и практическое применение в наиболее развитых странах мира такого современного финансового инструмента как электронные деньги. Информационно-сетевая экономика представляет собой целостную сетевую системно организованную многоуровневую структуру, в которой составляющие ее элементы функционируют на основе прямых и обратных связей (сигналов) под воздействием пассивной функции самоорганизации и активной функции управляющего (принимающего решения) оператора и которая развивается в соответствии со своим целеполаганием и критериями эффективности и устойчивости. По мнению С.А.Дятлова, главная проблема управления информационными процессами в обществе — это, прежде всего, проблема управления на всех уровнях информационными взаимодействиями (отношениями) между главными субъектами, принимающими те или иные управленческие решения, которые влияют на параметры и режим функционирования и развития сложных социально-экономических систем. При

этом анализ должен быть перенесен с процессов спонтанного, стихийного проявления самоорганизации системы на раскрытие механизмов целенаправленного функционального управления этими процессами путем информационного воздействия (моделирования, программирования, контроля) на выбор, волевые решения, психологические установки главных субъектов управления.

На важный аспект современной трудовой деятельности обратила внимание Н.П.Лукина. Она отмечала, что популярные теории постэкономической формации, переосмысливая марксизм, исходят из тезиса о том, что человеческая деятельность в информационном обществе, не теряя своего разумного характера, утрачивает специфические трудовые мотивы. В центре внимания оказывается синтетический тип активности, который определяется как творчество [Лукина Н. П. а].

Необходимо отметить, что многие публикации, характеризующие информационную экономику, не только базируются на технологическом детерминизме, но и оперируют цифрами, достоверность которых вызывает сомнения. Например, В.О.Ковалевский отмечает, что доля информационной экономики, выраженная в суммарном рабочем времени, для экономически развитых стран составляет 40-60 %, а в ближайшем будущем возрастет еще на 10-15 %, что в 90-х гг. 20 % американцев работают на дому, что для увеличения объема материального производства в два раза необходимо в четыре раза увеличить объем обеспечивающей информации [Ковалевский В.О. г]. При этом не только не раскрываются источники данных, но и не поясняется механизм подсчетов. Это вызывает сомнения в корректности данных.

Ряд исследователей изучали отдельные составляющие информационной экономики, в частности, информационный капитал [Костюк В.Н., Смоляна Г.А., Черешкин Д.С., 2000: 6, и далее]. По их мнению, будущее в информационном обществе не является гарантированным. Заснув в информационном обществе, мы можем на следующий день проснуться в «доинформационном». Эта опасность уменьшается по мере того, как информация становится основной производительной силой общества, а человеческий и информационный капитал — основными формами функционирования труда и капитала. Информационный капитал — это актив, обеспечивающий эффективное управление капиталом в условиях неопределенности рыночной среды, а также это способность верно оценивать неценовую информацию и принимать на этой основе адекватные решения относительно будущего поведения. Чем неопределеннее будущее и чем адекватнее принимаемые решения, тем ценнее информационный капитал. Таким образом, важность информационного капитала определяется принципиальной неполнотой знаний о будущем. В отличие от трех основных видов активов — текущие активы (оборотные средства), которые могут быть использованы или реализованы в течение года (товарно-материальные запасы, дебиторская задолженность); основные фонды в форме промышленного оборудования и имущества со сроком службы более года; инвестиции (непосредственно в акции, облигации и т. п., но, в конечном счете, в качестве функционирования капитала) — информационный капитал нельзя оценить непосредственно. Однако косвенная оценка информационного капитала не только вполне возможна, но и регулярно осу-

ществляется рынком. Допустим, что речь идет о капитале корпорации. Рыночная цена ее информационного капитала равна разности между общей стоимостью корпорации на рынке (это стоимость всех ее акций) и балансовой стоимостью первых трех видов ее активов. Чем больше эта разность, тем больше стоимость информационного капитала. Напротив, если указанная разность отрицательна, то рынок отрицательно оценивает информационный капитал фирмы, и такая фирма может быть продана на рынке только с убытком. Индивидуальный информационный капитал — это человеческий капитал, обеспечивающий способность обладающего им индивидуума успешно действовать в ситуациях, не имеющих прецедента, получая за это соответствующее вознаграждение. В отличие от других видов капитала, человеческий капитал так же неотделим от индивида, как и его личные способности. Денежный доход на человеческий капитал принципиально отличается от заработной платы. Заработная плата — вознаграждение за индивидуальный труд, осуществляемый по определенным правилам (стандарту). Она зависит от квалификации и профессионализма работника. Прибыль на человеческий капитал — вознаграждение за индивидуальный труд, для которого не существует стандарта, который требует, помимо квалификации и профессионализма, творчества и применения уникальных способностей. Именно такое вознаграждение получают успешные топ-менеджеры, выдающиеся спортсмены, модельеры, юристы, писатели, инженеры и ученые, обладатели престижных премий и т. п. Перейдем к общественному капиталу. В отличие от корпоративного капитала, производящего товары и услуги в виде индивидуальных благ (благ, которые каждый из индивидуумов может потреблять только в отдельности), общественный капитал производит общественные блага, которые можно потреблять совместно. Традиционные примеры общественного блага — национальная безопасность, неприкосновенность личности, жилища и иной собственности, соответствующие международным стандартам уровни жизни и образованности, гарантированность общепризнанных прав человека и т. п. К числу общественных благ относится также взаимное доверие граждан друг к другу, доверие к власти, готовность соблюдать законы, что позволяет обществу успешно функционировать в условиях роста индивидуальной свободы и личной независимости.

Российские исследователи А.Ситников и М.Гундарин попробовали обобщить ключевые положения постиндустриальной парадигмы: 1) основной производственный ресурс — информация, а не сырье или энергия; 2) характер производственной деятельности — обработка, а не добыча или изготовление; 3) основная технология — наукоемкая, а не трудоемкая или капиталоемкая. В новом обществе, по их мнению, весь труд строится на информационном взаимодействии [Ситников А.П., Гундарин М.В., 2003: 63, 66].

И.С.Мелюхин определил информационную индустрию как отрасль экономики, связанную с производством, обработкой, передачей, хранением всех видов информации, созданием необходимых для этого технологических устройств. Она является наиболее динамичным сектором мировой экономики, порождает продукты и услуги, существенно меняющие характер ведения бизнеса в традиционных отраслях, непосредственно не связанных с созданием, переработкой и распро-



странением информации. Он выделял три отрасли информационной индустрии: производство информационного и телекоммуникационного оборудования, связь и производство содержания (информации) [Мелюхин И.С., 1999: 71-94]. Информационное общество отличается от общества, в котором доминируют традиционная промышленность и сфера услуг тем, что информация, знания, информационные услуги, и все отрасли, связанные с их производством (телекоммуникационная, компьютерная, телевизионная) растут более быстрыми темпами, являются источником новых рабочих мест, становятся доминирующими в экономическом развитии. Для того, чтобы оценить этот процесс количественно, необходимо иметь соответствующие статистические данные. Однако здесь И.С.Мелюхин отмечает серьезные трудности, поскольку статистическая система инерционна, вводит новые показатели измерений с неизбежным запаздыванием. В силу этих причин экономическое воздействие информационного сектора трудно измерить. Кроме того, И.С.Мелюхин считает, что этот сектор экономики не подвержен воздействию экономических спадов [Мелюхин И.С., 1997]. Ссылки на инерционность статистики закономерны, но стоит отметить, что до сих пор так и не удалось выработать общепринятую систему критериев, по которым можно было бы относить отрасли экономики к информационным. Сторонники информационного общества включают сюда как можно больше секторов, противники, наоборот. Также необходимо отметить несостоятельность утверждения И.С.Мелюхина и ряда других исследователей о бескризисном развитии информационной экономики.

В целом, необходимо отметить, что в мировой экономике происходят глубокие сдвиги, вызванные информационной революцией. Экономика благодаря новым технологиям стала глобальной. Технократизм многих исследователей, дутые проекты в области интернет-экономики не должны закрывать тот факт, что экономика эпохи знаний и информации коренным образом отличается от экономики эры земли и индустрии.

#### **4.2.2. Государство и политика в информационном обществе**

При переходе к информационному обществу происходят серьезные изменения в методах политики и государственного управления. Политики и чиновники получают возможность использовать информационные технологии для мгновенного донесения своих сообщений к гражданам, отслеживание их пожеланий и приоритетов, осуществления обратной связи с ними.

А.А. Чернов считал, что развитие информационно-коммуникационных технологий несет в себе значительные перемены в политической жизни общества. Во-первых, появляется возможность оперативного доступа максимального числа людей к текстам законопроектов еще на стадии их предварительной разработки, а также к большому объему аналитической информации по этому поводу. Во-вторых, принципиальное нововведение заключается в возможности каждого гражданина с относительно минимальными затратами обратиться к

неограниченной по своему составу аудитории и высказать по тому или иному вопросу свое мнение [Чернов А.А., 2003].

А.В.Колодюк выделил три основных проблемы государственной политики при переходе к информационному обществу. Это 1) поддержка и внедрение структурных изменений в экономике; 2) учет и, по возможности, сглаживание неравномерностей перехода к информационному обществу; 3) оценка состояния общественно-политических и социально-экономических предпосылок, создание стимулирующих условий для этого перехода [Колодюк А.В., 2004: 107, и далее]. Украинский исследователь считает, что и на национальном, и на глобальном уровне использование информационных технологий в политической жизни имеет позитивный характер. Коренным образом меняется природа власти, ее источником становятся знания в отличие от силы или богатства в предыдущие эпохи. В политической жизни происходит отказ от представительской демократии в пользу полупрямой, которая сориентирована на отдельную личность. Также происходит децентрализация власти и возникает новая организационная структура — адхократия, имеющая временный характер (пока не решится та или иная проблема). Таким образом, общество развивается к антибюрократическим нормам, делает автор оптимистический вывод. По его мнению, демократия как форма управления, информационно-коммуникационные технологии и концепция информационного общества создают замкнутый круг, стимулируя друг друга. Демократия становится информационной с электронным правительством, голосованием и государством. Это делает процессы управления более открытыми и доступными для граждан. Повышение уровня взаимного доверия граждан, государства и бизнеса должно базироваться на следующих принципах: предоставление услуг в любое время (электронное правительство работает 24 часа в сутки, 7 дней в неделю, 365 дней в году); максимальная простота и прозрачность (обслуживание всех граждан, а не только специалистов); единые технические стандарты и взаимная совместимость; обеспечение конфиденциальности и правил информационной безопасности; ориентация на мнения граждан при реализации нововведений. Приводится также мнение бизнес-управляющего корпорации «Intel» С.Д.Смита, который считал, что успех в проектах создания электронного правительства в любой стране обеспечивается тремя основными компонентами: 1) обеспечение доступа к информационным технологиям максимально большому количеству населения путем уменьшения стоимости доступ к интернету, организации изучения этих технологий, создания пунктов свободного доступа к Сети; создание разветвленной информационной инфраструктуры, которая содействует активному развитию разнообразных сфер социально-экономической жизни общества; 3) принятие соответствующего законодательства [Брамс А., 2000; по Колодюк А.В., 2004: 111-112]. Такой взгляд представляется слишком оптимистичным. По-видимому, на изменения в структуре управления ИКТ автоматически не влияют. Тут действует комплекс условий и, прежде всего, интересы основных элит.

В.О.Ковалевский подчеркивал, что информационное общество выражает идею новой фазы исторического развития, т.е. это не постепенная трансформация в «постиндустриальное» общество, а новый

социальный образец, который рождается в результате «второй индустриальной революции», основанной на микроэлектронной технологии. Он исследовал также понятие электронной демократии. Исследователь отмечает, что это понятие носит очень широкий характер и сводится только к перечислению информационно-коммуникационных средств реализации демократических ценностей. Украинский ученый пробует разделить эти понятия по содержанию. Информационная демократия как синтетическая общая теория лучшего, электронная демократия, электронное правительство. Две последних категории носят инструментальный характер. Основной ценностью демократии является информация, а критерием демократичности выступает свобода доступа к информационным базам данных [Ковалевський В.О. е].

Также интересно понятие теледемократии, функционально-правовыми составляющими которой являются: борьба с опасностью усиления тенденций к поляризации и фрагментации общества, к использованию возможностей контролировать граждан; борьба с новой дискриминацией, основанной на ограничении доступа к компьютерным сетям; свобода слова и собраний в виртуальном пространстве; возможность участвовать в экономической деятельности с использованием компьютерных сетей как средства производства; право на неприкосновенность частной жизни; право потребителей на защиту от неправдивой информации [Информационное...; по Ковалевський В.О. е]. Таким образом, главной ценностью такого типа демократии является информация, а критерием демократичности — доступ к ней. Гарантом свободного доступа призвана быть система права. В целом, электронная демократия определяется как элитарный тип народовластия, который имеет высокого уровня интегральный характер и опирается на интеллектуальный ресурс собственных субъектов и объектов, предвидя эффективную организацию интерперсональной коммуникации на всех уровнях реализации власти [Ковалевський В.О. а, 2003]. Определение достаточно размытое и не вполне ясное. В частности, непонятно, почему автор считает, что элитарный характер присущ электронной демократии.

А.Е.Шадрин рассмотрел проблемы трансформации экономических и социально-политических институтов в условиях перехода к информационному обществу. По его мнению, двумя основными факторами, определяющими происходящие и прогнозируемые изменения в социальных, экономических и политических структурах общества являются: изменения в мотивации человеческой деятельности, инициированные долгосрочной тенденцией роста душевых доходов в странах ОЭСР и большинстве развивающихся государств мира, и принципиальное снижение издержек распространения информации и межличностной коммуникации, связанное в настоящее время с развитием технологии Интернета [Шадрин А.Е., 1999: 27, и далее]. По его мнению, современная, привычная нам, модель демократии, в будущем может значительно измениться. Ожидаемые изменения связываются с развитием новых средств электронной коммуникации и повышением среднего уровня образования. А.Е.Шадрин отмечает, что при становлении демократических государств ключевую роль сыграло появление в начале XVI века эффективных масс-медиа — книг, периодических изданий, обеспечив-

ших, с одной стороны, массовое распространение начального образования, а с другой — возможность сознательного участия широких слоев населения в политической жизни крупных национальных государств. Стремительное распространение Интернета — явление качественно сходного порядка. Во-первых, появляется возможность оперативного доступа неограниченного количества людей к текстам законопроектов еще на стадии их предварительной разработки, а также к максимальному объему аналитической информации несекретного характера. Во-вторых, принципиальное нововведение нового этапа информационной революции — возможность сделок по слиянию-поглощению фирм, перешагнувших национальные границы. Снижение издержек коммуникации, вызванное распространением электронных коммуникаций, создает предпосылки стремительного расширения числа и влияния транснациональных некоммерческих организаций, характерным примером которых может являться Гринпис. Именно они, по-видимому, будут способны взять на себя решение многих глобальных проблем, которое на межправительственном уровне сдерживается вследствие особенностей политической системы национальных государств. В частности, международные неправительственные организации смогут выступать в качестве эффективного общественного института — противовеса влиянию быстрорастущих, хорошо организованных транснациональных корпораций, не имеющих, при существующем уровне международных политических отношений, эффективного надзора на межгосударственном уровне или уровне международных профсоюзных объединений.

И.Агамирзян отмечал, что в последнее время стремительно происходит кардинальное изменение возможностей национальных государств. А именно — исчезает основная монополия государства, монополия на насилие [Агамирзян И., 2002: 73, и далее]. Традиционно считается, что государство — это единственный субъект общественной жизни, обладающий монополией на насилие. И именно эта монополия в глобальном информационном обществе исчезает, причем делает это она не за счет появления других субъектов, позволяющих себе проявлять насилие. Она исчезает за счет того, что насилие конкретного государства становится нетерпимым для всего (или значительной части) мирового сообщества. Следствием таких изменений может оказаться или невозможность тоталитаризма в глобальном информационном обществе, или наоборот результатом перемен станет установление глобального тоталитаризма с единым (но географически распределенным) центром. Традиционное понятие гражданства в глобальном информационном обществе также размывается. Можно быть гражданином конкретного государства и не в меньшей степени ощущать себя гражданином того или иного надгосударственного образования — в рамках гражданского общества, бизнеса и т.д.

В.Борисов считает, что можно выделить три прямых политических эффекта от внедрения информационных технологий: 1) в информационном обществе «исчезает» классовая политика; 2) меняются принципы политического объединения, политическая стратегия; 3) непосредственная демократия как основа политической жизни заменяется демократией участия (*participatory democracy*). По его мнению, политическое поведение людей в информационном обществе определяется плюрализмом мнений и интересов, а не является прямым выражением

их классовой принадлежности. Классовая и социальная отчужденность и обособленность сменяется в информационно организованном обществе «духом синергии», когда каждый человек старается внести свой вклад в решение общих проблем, часто поступаясь собственными интересами и, тем более, интересами класса ради общего блага. Кроме того, основным принципом объединения граждан информационного общества в партии и политические группы становится не их социально-классовая принадлежность, а какая-либо личность, представляющая более или менее внятную и социально ориентированную программу. Следствием этого является проявление еще одной важной характеристики нового общества: в нем осуществляется переход от политических партий, основанных на классовых интересах, к партиям, основанным на программе действий. В информационном обществе, считает В.Борисов, политическая жизнь подвергается радикальной трансформации, изменяющей течение процессов политического объединения и политического действия. Это проявляется в следующем: 1) социально-классовые и материальные мотивы поведения людей, их политического объединения сменяются глобальными интересами, целями самореализации. Во главу угла становятся не класс, группа, категория людей, а потребности личности; 2) вместе с распространением информационных технологий вширь (появление мощных персональных компьютеров, распространение Интернета) появляются коммуникационные коды, позволяющие всем гражданам непосредственно участвовать в каждом из этапов политического действия, от политического объединения, до реализации политических программ; 3) предельно возрастает роль в политическом объединении политических лидеров и масс-медиа; 4) значительно увеличиваются возможности контроля граждан за действиями своих правительств и политических лидеров [Борисов В.]. Эта картина больше напоминает утопию, нежели научную разработку. Автор упускает из виду, что хотя классы образуются по их отношению к средствам производства, но это определяет их глубинные общие интересы. Эти интересы проявляются и при переходе к информационному обществу. Кроме того, провозглашенное усиление роли личности входит в прямой конфликт с тезисом о партисипаторной демократии.

Более критично в отношении роли интернета в развитие демократии мнение Б.В. Маркова. Он размышлял о том, какие новые возможности открывает Интернет для развития демократии [Марков Б.В., 2001: 125, и далее]. По его мнению, процесс формирования демократического общественного мнения включает два элемента: во-первых, доступ к информации, во-вторых, способность ее анализировать и принимать решение. Очевидно, что Интернет обеспечивает неслыханный прежде доступ к информации и расширяет возможности коммуникации. Возникает идея виртуального общества, которое благодаря Интернету способно преодолеть иерархизм реальной власти. Электронная коммуникация предполагает полное равенство ее участников и участниц. Далее автор анализирует, насколько это соответствует требованиям свободной от принуждения коммуникации, выдвинутым Ю. Хабермасом: равенство участников коммуникации и свобода от давления; темой дебатов являются общие проблемы, которые значимы для всех; запрет на ограничения дискурса и возможность его возобнове-

ния по требованию участников. При этом обращается особое внимание на новые структурные ограничения, которые навязывает Интернет: 1. Электронная коммуникация не имеет ничего общего с открытой коммуникацией «лицом к лицу». Аргументация требует проверки и осмысления, а на это нет времени. Преимущество скорости таким образом превращается в недостаток. Вопросы, ответы, комментарии идут синхронно и тут не остается времени для формирования собственного мнения. Кроме того опция «выход» дает возможность прервать общение и таким образом устраняется ответственность, которая является важнейшим качеством личного разговора. 2. Интернет вовсе не устраняет иерархию. Остается четкое различие говорящих и слушателей, владельцев сети и пользователей. Ведущими оказываются личности с «высоким уровнем образования и влияния», а их отбор осуществляют владельцы канала. Сами пользователи сети требуют создания системы фильтров во избежание дисфункции. 3. Общественность выступает в демократических государствах противoinститутом, балансирующим взаимоотношения власти и общества. Актуальные дискуссии предполагают различные группы, представляющие разные интересы, личные контакты и споры, а также общественную сцену, даже если дебаты идут по телевидению. Интернет смешивает существующие при этом границы, но создает и новые. Его пользователи фрагментируются по иному, чем в обществе. Интернет расщепляет общественность на множество мелких группировок по интересам. Если Интернет и «демократизирует» мир, то не по модели общественности, которая служит основой классической демократии. Адресат политики, проводимой средствами Интернет, принципиально детерриториализован. Классический гражданин, формированием мнения которого занята реальная политическая власть, проживает в рамках определенного государства, имеет связанные с ним проблемы и интересы. Интернет же работает по ту сторону национально-территориальных государств. Но парадокс в том, что путем выражения интересов таких детерриториализованных групп пытаются решать те или иные локальные проблемы, стоящие перед тем или иным национально-государственным образованием. Практически, Интернет является политическим орудием людей, не имеющих собственной территории, или хотя бы виртуально отказавшихся от нее. Он дает свободу маргиналам. Как видим, Б.В.Марков считает, что новые технологии уводят людей от реальной демократии, решения насущных проблем. Но сайты, завязанные на локальные проблемы и созданные или органами власти, или неправительственными организациями нередко организуют обсуждение решений, касающихся конкретной местности и даже мобилизуют граждан на определенные действия в реальной жизни.

На проблему шоуизации политики обратил внимание Д.В.Иванов. Борьба за политическую власть сейчас — это не борьба партийных организаций или конкуренция программ действий. Это борьба образов — политических имиджей, которые создают рейтинг- и имиджмейкеры, пресс-секретари и «звезды» шоу-бизнеса, рекрутируемые на время политических кампаний. Другой симптом виртуализации институтов массовой демократии — это замещение апелляций к общественному мнению манипуляциями с рейтингами. Рейтинги, основанные на

выборочном опросе, когда респонденты соглашаются с вариантами мнений, сконструированными экспертами, представляют собой лишь модель, образ общественного мнения. Участвуя в опросе, респонденты оживляют эти модели, и тогда образы становятся реальными факторами принятия и осуществления политических решений. Делается вывод, что мы живем в эпоху политики образов и образов политики [Иванов Д.В. а].

И.С.Мелюхин проанализировал практики регулирования информационной сферы общества и выделил ряд направлений деятельности государственных органов: поощрение конкуренции; борьба с монополизмом, контроль за концентрацией собственности в СМИ, например, рассмотрение антимонопольными органами вопросов о слиянии крупных компаний в сфере телекоммуникационного или медиа-бизнеса, принятие решений по дезинтеграции монополистов; юридическое и технологическое обеспечение права и технических возможностей на доступ к информации и информационным ресурсам для всего населения; реализация концепции универсального доступа, предполагающей гарантию государства на постоянно расширяющийся набор информационных и телекоммуникационных услуг своим гражданам (телефон, электронная почта, мультимедийное образование); соблюдение свободы слова независимо от технологической среды распространения информации; защита интересов национальных меньшинств, подрастающего поколения в информационной сфере, особенно в сфере нравственности; укрепление национальной культуры, языка, противостояние культурной экспансии других стран, реализация проектов по переводу в цифровую форму представления художественного и научного наследия; переориентация системы образования с учетом требований информационного общества, внедрение дистанционного обучения; широкое использование телемедицины для оказания услуг населению отдаленных регионов; обеспечение информационной безопасности личности и общества, включая борьбу с компьютерными и высокотехнологичными преступлениями; охрана интеллектуальной собственности; контроль за эффективностью использования ИТТ в государственных учреждениях; целенаправленное использование ИТТ для формирования более открытого, демократического государства, расширения диалога с гражданами [Мелюхин И.С., 1999: 55-63].

Функции государства в информационном обществе будут постепенно меняться. Причиной служит роль информационных технологий, которые, с одной стороны, делают возможной фактически мгновенную интерактивную коммуникацию, с другой, облегчают возможность для медиа и неправительственных групп контролировать действия власти. В настоящий момент наблюдается значительная активизация и рост влияния неправительственных организаций как локального, так и международного уровня. Люди, объединенные определенными целями, имеют возможность через соединение усилий в подобных образованиях, реализовывать многочисленные проекты, которые раньше бы подразумевали участие государства. Однако нельзя утверждать, что информатизация общества имеет только позитивные последствия для политической жизни. Медиатизация политики, когда за привлекательность для избирателя сражаются имиджи, а не взгляды и реальные дела политиков, ведет к популизму. А ускоряющийся ритм жизни и скорость

его представления в медиа делают вышедшим из моды серьезные обсуждения перспектив развития и анализ успехов и неудач. Таким образом, информационные технологии предоставляют новые возможности, но люди и государства по разному ими пользуются.

### 4.2.3. Доступ к информации и цифровое неравенство в информационном обществе

При переходе к информационному обществу остро стоит проблема цифрового неравенства (*digital divide*). Разные страны, группы населения и даже отдельные люди подошли к началу информационной эры с различными материальными возможностями включиться в нее. Проблема преодоления цифрового неравенства стала предметом обсуждения как в правительственных, так и в научных кругах.

Е.Л.Вартанова так выделяет уровни доступа к ИКТ: 1) физический доступ пользователей, рядовых людей к ИКТ, к самым последним по мере развития технологическим устройствам — это *технологический* аспект. Речь идет о том, чтобы все наиболее продвинутые компьютеры, мобильные телефоны были доступны широким слоям потребителей; 2) гарантированный уровень достатка, позволяющий пользователям приобретать необходимые для этого технологические устройства, оплачивать подключение к информационно-коммуникационным сетям и работу в сетях, получение услуг и содержательных продуктов — *финансовый* аспект; 3) для тех слоев населения, которые не могут оплачивать доступ на индивидуальном уровне, необходим общественный доступ — *социальный* аспект; 4) для широких слоев пользователей, желающих использовать новые технологии, необходим минимальный уровень навыков, следовательно, появляется еще один аспект проблемы доступа — *образовательный*; 5) для операторов сетей, провайдеров услуг и содержания обязателен принцип *честной конкуренции*, гарантирующий благоприятные экономические условия на рынке; 6) для производителей содержания — авторов, журналистов — принцип *свободы слова* и выражения мнений, который гарантирует доступ провайдеров содержания к интернету, инфраструктуре [Вартанова Е.Л., 2001].

Некоторые российские исследователи обратили особое внимание на проблему миграции специалистов, т.е. оттока высококвалифицированных специалистов из неразвитых в развитые страны [Практика..., 2000]. Это также повышает информационное неравенство в мире.

Украинская исследовательница О.Н.Флор считает, что в будущем диспропорции между теми, кто имеет доступ к информации, и теми, кто его не имеет, увеличатся, т.к. хотя источники информации увеличивают выход, однако участники коммуникации укрепляют свои позиции в контролировании информационных процессов. Кроме того, она приводит примеры уже существующих диспропорций: телевизоры сосредоточены в городах, 9/10 печатных изданий выходят там же. Кроме того, существуют ограничения для носителей негосударственных языков и бедных слоев населения. О.Н.Флор отмечает также информационные диспропорции между регионами, странами с разным уровнем разви-



тия. Исследовательница считает, что основными последствиями развития и распространения информационных технологий являются: углубление разрыва между развитыми и развивающимися странами, а также появление нового разрыва между странами постиндустриальными и индустриальными; выделение из общества групп людей, связанных с информационными технологиями, в автономное «информационное содружество»; перетекание интеллектуальных ресурсов в страны с постиндустриальной экономикой; замедление развития в странах с неинформационной экономикой. Главной опасностью называется серьезная дифференциация в возможностях присоединения к передовым современным технологиям [Флюр О.М., 2004: 97-98, и далее]. Как видим, украинская исследовательница настроена более чем пессимистически. Однако развитие событий показывает иные тенденции. Информационные технологии дают шанс для отсталых стран прорваться в информационную эру. Кроме того, за счет беспроводных коммуникаций происходит выравнивание возможностей города и села.

О.Н.Флюр приводит интересные данные заседания Рабочей группы по использованию цифровых возможностей, которое состоялось в марте 2001 г. в г. Кейптауне, а также заключения группы экспертов к этому заседанию. В частности, была установлена однозначная связь между уровнем экономического развития страны и ее положением в отношении цифрового расслоения. Были выбраны 16 показателей, характеризующих положение стран с точки зрения цифрового расслоения.

Показатели	Классификация стран по доходу на душу населения в год			
	Низкий доход	Доход ниже среднего	Доход выше среднего	Высокий доход
Уровень грамотности (взрослое население)	7 %	30 %	40 %	100 %
Расходы на образование (доля от ВВП)	10 %	10 %	70 %	90 %
Расходы на здравоохранение (доля от ВВП)	20 %	40 %	50 %	90 %
<i>Показатели интернационализации экономики</i>				
Прямые заграничные инвестиции (доля от ВВП)	10 %	30 %	30 %	10 %
Торговый баланс (экспорт и импорт как доля от ВВП)	60 %	40 %	30 %	20 %
<i>Показатели развития информационно-коммуникационной инфраструктуры</i>				
Удельный ВВП (долл. в год на жителя), для США — 28740 долл.	10 %	20 %	50 %	100 %
Прибыльность телекоммуникаций (долл. в год на жителя)	0 %	10 %	50 %	100 %

Инвестиции в телекоммуникации (долл. в год на жителя)	10 %	40 %	50 %	100 %
Абонентские телефонные линии (на сто жителей), для США — 64	10 %	20 %	50 %	100 %
Общественные телефоны (на тысячу жителей)	10 %	20 %	50 %	60 %
Сотовые телефоны (доля сотовых абонентов от общего числа телефонных абонентов)	20 %	40 %	70 %	80 %
Интернет-пользователи (на 10 тыс. жителей)	0 %	10 %	30 %	80 %
Персональные компьютеры (на сто жителей), для США — 36,2	10 %	40 %	40 %	80 %
Размер платы за телефон (ежемесячная оплата как доля от удельного ВВП)	30 %	0 %	20 %	90 %
Индекс конкуренции на рынке	10 %	40 %	70 %	90 %

При этом за 100 % берется идеальная в цифровом отношении страна. Рабочая группа рекомендовала государственным, частным, общественным и межгосударственным организациям объединиться в совместных действиях для содействия стойкому развитию, расширения усилий на разных уровнях, содействия инновационным подходам для решения проблем преодоления цифрового неравенства. Для преодоления этого неравенства рекомендуется: 1) сформировать национальную стратегию, благоприятную законодательную, общественную, экономическую атмосферу в сфере информатизации; 2) обеспечить потенциальную возможность доступа населения к информационным компьютерным технологиям; 3) содействовать увеличению разнообразия и количества услуг, предоставляемых при помощи информационных компьютерных технологий; 4) сконцентрировать усилия государства и общества для создания общедоступных информационных ресурсов (контента); 5) обеспечить возможность приобретения знаний, умений и навыков в использовании ИКТ; 6) создание системы мотивации внедрения и использования ИКТ для формирования широкого спроса.

А.В.Колодюк отмечал такие причины неравномерности перехода к информационному обществу: разные стартовые условия относительно уровня развития информационной среды (инфраструктура, технологии и т.д.); разные возможности инвестирования в информационную среду, вызванные различиями в общем экономическом развитии стран; разные стратегии формирования информационного общества, связанные с особенностями национальных экономик (например, США, Канада, Великобритания ориентируются на потребителя, а Германия, Франция, Япония — на производителя); отличия в уровне информационного зако-

подательства, связанные с уровнем демократического развития стран; отличия в целях информационного общества, провозглашенных государством [Колодюк А.В., 2004: 108].

Проблема информационного неравенства стоит настолько остро, что некоторые исследователи предлагают ввести термин «информационная стратификация» [Бондаренко С.В., 2000: 33].

Ряд авторов, на наш взгляд, излишне драматизируют проблему цифрового неравенства. Так, О.Р.Лычковская утверждает, что «в информационную эпоху с превращением знаний в интеллектуальный капитал социально-информационный конфликт приобретает особую остроту и подчас неразрешимый характер. Люди, не имеющие материальных или политических возможностей получить современное образование или же необходимые информационные ресурсы еще в детстве, в дальнейшем фактически не имеют шансов преодолеть информационную пропасть и присоединиться к высшей социальной группе. Дополнительный драматизм современной ситуации придает то, что опора на интеллектуальные способности индивидов или основной экономический ресурс, не оставляет особой надежды и последующим поколениям «информационно отверженных», поскольку способности к интеллектуальной деятельности нередко обусловлены наследственностью человека, развивающейся на протяжении поколений» [Лычковская О.Р., 2004: 34]. Непонятно, чем руководствовалась исследовательница (социолог по профессии) в столь мрачных прогнозах и на чем основаны ее выводы.

ЮНЕСКО разработала свои рекомендации по продвижению к информационному обществу. Они включают следующие принципы: ИКТ должны внести свой вклад в обеспечение качества образования и обучения, и информационное общество должно воспользоваться возможностями ИКТ, используя их в качестве инновационных и экспериментальных инструментов для обновления образования; ИКТ обладают потенциалом привнести в образовательный процесс большую гибкость, отвечающую общественным потребностям, а также снизить стоимость образования и повысить внутреннюю и внешнюю отдачу системы образования; к ИКТ следует относиться и как к образовательной дисциплине, и как к педагогическим инструментам, способным содействовать повышению эффективности образовательных услуг [по Гутман С., 2004: 96].

На наш взгляд, с развитием информационно-коммуникационных технологий, удешевлением компьютерной техники и пользования интернетом проблема цифрового неравенства постепенно преодолевается. Успехи Индии, ряда других стран свидетельствуют о принципиальной возможности для отсталых в экономическом отношении обществ вступить в «информационный клуб» и интенсивно развиваться за счет внедрения ИКТ.

### 4.3. Роль информационных технологий в развитии общества

#### 4.3.1. Информационные технологии как инструмент развития общества

Новая стадия развития человечества началась с превалирующим развитием информационных технологий. Новые производительные силы закономерно привели к господству новых производственных отношений.

И.С.Мелюхин считал, что в настоящий момент происходит очередной этап технологической и мирной социальной революции — становление информационного общества. Современные информационные и телекоммуникационные технологии (ИТТ) существенно меняют не только то, как мы производим продукты и услуги, но и то, как проводим досуг, реализуем свои гражданские права, воспитываем детей [Мелюхин И.С., 1999: 7, и далее]. Использование ИТТ характеризуется их всепроникающим характером и скоростью внедрения во все секторы — в промышленность, сферу услуг, государственное управление, образование и т.п. Становление информационных обществ обусловлено двумя причинами — долгосрочными тенденциями экономического развития и технологическим прогрессом. Ученый выделил такие особенности информационных и телекоммуникационных технологий как 1) применимость везде и способствование повышению производительности и 2) экспоненциальный рост их технических возможностей. Также отмечается устойчивое снижение соотношения стоимости/производительности. Был выделен термин информационная индустрия как совокупность трех отраслей: создающих содержание, его распространяющих и обрабатывающих. Именно от развития информационных технологий зависит не только технологический, но и социальный прогресс, экономическая конкурентоспособность страны, ее место в мировой экономике, международной системе распределения труда, способность развивать демократические институты. В основе развития информационных технологий лежат два закона, действие которых распространяется на технологические основания информационного общества, — законы Мура и Меткалфе, носящие имена тех, кто их впервые сформулировал. Первый закон гласит, что мощность компьютерных чипов удваивается за определенный период времени (в 1965 г., когда Г.Мур, один из основателей «Intel», впервые сформулировал эту закономерность, было 12 месяцев, в 1975 г. он пересмотрел свой прогноз, изменив срок удвоения на 24 месяца. По оценке Б.Гейтса, фактически срок составляет 18 месяцев [Фримен К., Лука Ф., 2008: 378]). Второй — что ценность сети для пользователя эквивалентна квадрату количества узлов соединения, т.е. полезность подключения к сети экспоненциально увеличивается с ростом элементов сети. Но развитие информационных технологий зависит уже не только от прогресса научно-технической мысли,

но и от социально-экономических и правовых условий. И.С.Мелюхин считал, что новые информационные и телекоммуникационные технологии оказывают влияние на: 1) расширение прав граждан путем предоставления моментального доступа к широкому кругу информации; 2) увеличение возможности людей участвовать в процессе принятия политических решений и следить за действиями правительств; 3) предоставление возможности людям стать активными производителями информации, а не только ее пассивными потребителями; 4) обеспечение средств для защиты частной жизни и анонимности личных посланий и коммуникаций. Проанализировав западный опыт И.С.Мелюхин выделяет такие основные положения концепции информационного общества: 1) само создание концепции развития информационного общества является необходимостью, т.к. повышает конкурентоспособность страны и предоставляет гражданам возможность образования и занятости в информационном веке; 2) программы развития составляются государством, но самим развитием занимается частный сектор, т.к. информационные технологии — это рискованный бизнес; 3) государство использует информационные технологии для реструктуризации, повышения эффективности работы и открытого информационного взаимодействия с общественностью; 4) открываются новые возможности для развития демократии; 5) глобальная природа информационного общества ведет к согласованию национальных политик на международном уровне; 6) роль государства сводится к созданию адекватной законодательной базы и административного регулирования, развития справедливой конкуренции, совершенствование системы образования, координации усилий различных субъектов общества, организации международной кооперации, проведению научно-исследовательских работ; 7) концепции информационного общества имеют ярко выраженную социальную направленность (образование, медицина, социальные услуги); 8) практически не уделяется внимание конкретным технологиям, т.е. общество является «технологически нейтральным», но использует все возможности, предоставляемые технологиями; 9) связь с концепцией устойчивого развития, предполагающей сохранение баланса в системе «человек — общество — природа».

С точки зрения социологии коммуникации С.В.Бориснёв выделяет ряд объективных факторов, которые обусловили возникновение и развитие новых информационных технологий: 1) ускорение темпов накопления информации, которое получило название «информационного взрыва»; 2) столкновение последствий этого взрыва и ограниченных способностей человека по восприятию и интеллектуальной переработке информации, т.е. «информационно-организационному кризису»; 3) наряду с ростом энерго- и фондовооруженности предприятий рост потребности в «информационной вооруженности»; 4) внедрение средств автоматизации и информатизации в военную сферу. Необходимо отметить, что российский ученый вместо факторов, обуславливающих развитие, выделил, в основном, последствие этого развития. Также он дал определение информационным технологиям. По его мнению, это совокупность современных электронных технических средств и программного обеспечения, а также организации, форм и методов их применения в информационной работе, направленной на эффективное использование

информационных ресурсов в различных областях жизнедеятельности людей. Эти технологии имеют четыре основных компонента: средства, методы, формы их применения и организация информационной деятельности [Бориснёв С.В., 2003: 154-155].

Особо стоит остановиться на концепции «информационного взрыва». Ряд ученых [напр., Негодаев И.А., 1999] приводит интересные, но небесспорные цифры. Они пишут, что если с начала нашей эры для удвоения научных знаний потребовалось 1750 лет, то второе удвоение произошло в 1900 году, а третье — к 1950 году, т.е. уже за 50 лет, при росте объема информации за эти полвека в 8-10 раз. К концу 20 века объем знаний в мире должен был возрасти вдвое, а объем информации увеличиться более чем в 30 раз. При этом непонятной остается методика подсчета, то, каким образом он велся. При этом подчеркивается, что резкий рост объема информации сопровождается усилением требований в ее качестве (своевременности, полноте, достоверности, необходимости оценки различных вариантов решений). Информационный взрыв, по мнению этих ученых, привел к негативным явлениям, в частности к росту объема неопубликованной и неиспользуемой информации, затруднению межъязыкового обмена. Возник «информационный тромбоз» — лавинообразный рост объема информации стал сопровождаться «информационным голодом», который был вызван физиологическими ограничениями человека в восприятии и переработке информации и трудностями в выделении нужной информации из общего информационного потока. При этом подчеркивалось, что нельзя информатизацию общества сводить чисто к технико-технологическим проблемам. Информатизация общества представляет собой многогранный процесс, в котором технико-технологические, социальные, экономико-политические и культурные составляющие находятся в органическом единстве, качественно преобразуя буквально все сферы общественной и личной жизни. Поэтому информатизацию общества следует представлять в виде процесса овладения информацией как ресурсом управления и развития с помощью средств информатики с целью создания информационного общества и на этой основе — дальнейшего прогрессивного развития общества. Выделяются такие этапы этого процесса. Этап электронизации представляет собой совокупность чисто технических процессов, связанных с внедрением полупроводников. На этапе компьютеризации происходит распространение новейших коммуникационных технических средств, формируется техническая база информатизации. Этап собственно информатизации является по своей сущности социотехническим и социокультурным процессом производства и использования информации в интересах человека и общества в целом. Сам процесс информатизации включает в себя три взаимосвязанных составляющих: медиатизацию — процесс совершенствования средств сбора, хранения и распространения информации; компьютеризацию — процесс совершенствования средств поиска и обработки информации; интеллектуализацию — процесс развития способности восприятия и порождения информации, т.е. повышение интеллектуального потенциала общества, включая использование искусственного интеллекта. Информатизацию общества следует трактовать как качественное совершенствование с помощью современных информационно-технических средств когнитивных

социальных структур и процессов. Информатизация должна быть органически связана с процессами социальной интеллектуализации, что способствует существенному повышению творческого потенциала личности и ее информационной среды. По мнению И.А.Негодаева, сочетание информационной технологии с другими факторами (рыночные силы, существующая социальная среда, стратегия управления) породило ряд так называемых «информационных тенденций», которые определяют дальнейшее развитие информационной технологии. Первая тенденция — возрастание значимости информационного продукта. В виде программных средств, баз данных и служб экспертного обеспечения информационный продукт приобретает стратегическое значение по сравнению с такими характеристиками средств, как вычислительная мощность, память или пропускная способность. Вторая тенденция — совершенствование способности взаимодействию человека и компьютера. Третья тенденция — ликвидация промежуточных звеньев, что является неизбежным следствием совершенствования процесса обмена информационным продуктом. Четвертая тенденция — глобализация рынка потребительской продукции информационной технологии. Пятая тенденция — конвергенция как конечный результат описанных выше четырех тенденций. Исчезают различия между изделиями и услугами, информационным продуктом и средствами, использованием их в быту и для деловых целей, информацией и развлечением, а также между отдельными режимами работы, таких, как передача звуковых, цифровых и видеосигналов. Высшей ступенью развития информационной технологии на современном этапе научно-технического прогресса, по мнению российского ученого, является создание систем искусственного интеллекта. Развитие демократии создает благоприятный социальный климат для информатизации. Информатизацию можно назвать спутником современной демократии, она невозможна без дальнейшей демократизации. Информатизация общества, понимаемая как развитие с помощью информационных средств познавательных социальных структур и процессов, должна находиться в органическом единстве с процессами социальной интеллектуализации, существенным повышением творческого потенциала личности [Негодаев И.А., 1999].

Технологии начинают играть все большую роль в современном обществе. Ряд ученых считают, что происходит изменение соотношения сравнительного значения денег и технологий, т.е. появление и распространение информационных технологий вообще и метатехнологий в частности кардинально снижает значение финансовых ресурсов с точки зрения конкурентоспособности обществ и корпораций: если раньше они были главным источником и воплощением рыночного могущества, то теперь становятся всего лишь его следствием. Главным источником рыночной силы все в большей степени становится интеллект, воплощенный в организационных структурах исследовательских и рыночных корпораций, создающих метатехнологии и удерживающих контроль над ними. Они считают, что с возникновением информационного общества деньги начинают терять свое значение. Причина в том, что собственность на информационные и особенно на метатехнологии в принципе, по чисто технологическим причинам органически неотчуждаема от их владельца — создавшего и поддерживающего их интеллект-

та. Эти технологии, как и способность к интеллектуальному, творческому труду в отличие от труда рутинного невозможно продать; продаже поддается лишь доступ к ним и право их использования [Практика..., 2000].

Ученые выделяют два основных теоретико-методологических подхода к понятию информатизация общества: технократический, когда информационные технологии являются способом повышения производительности труда, а их использование, в основном, ограничивается сферой производства и управления; и гуманитарный, где эти технологии рассматриваются как важная составляющая человеческого существования, которая имеет значение не только для производства, но и для социальной сферы [Ковалевский В.О. g].

Украинский ученый А.В.Колодюк попробовал проанализировать природу информационно-коммуникационных технологий. Он считал, что они выступают ключевым фактором информационного устройства, обуславливают экономическое развитие [Колодюк А.В., 2004: 50, и далее]. При правильном использовании возможностей информационных технологий, они становятся мощным фактором экономического развития и демократизации общественных процессов. Но в то же время они создают новое распределение между странами и регионами. Те, кто не осознал важность развития и применения этих технологий, рискуют оказаться позади глобального процесса. Информационно-коммуникационные технологии и глобальные информационные системы создают информационную среду, где практически отсутствуют государственные границы, ограничения на распространение информации, ее размещение и получение. Для превращения информационно-коммуникационных технологий в действенный инструмент развития, по мнению украинского исследователя, каждая страна должна осуществить ряд мероприятий: 1) содействовать развитию информационно-технологических отраслей промышленности, особенно индустрии программного и технологического обеспечения, информационной индустрии, т.е. контентного обеспечения; 2) использовать информационно-коммуникационные технологии в различных секторах на универсальной основе (в т.ч. модернизация и компьютеризация индустриальных производств и организаций социального обеспечения); 3) инвестировать развитие информационно-коммуникационные технологий как сетевой высоко потенциальной инфраструктуры. В политике А.В.Колодюк отмечает, что информационно-коммуникационные технологии обеспечивают на динамической основе многофункциональность политической жизни, что осуществляется, в частности, через расширение политического участия населения, политической интеграции общества, разъяснение реформаторских усилий, целенаправленный отбор необходимой информации, системное моделирование политической реальности. Но информационно-коммуникационные технологии имеют двойную природу: с одной стороны, они открывают новые возможности для развития демократии, с другой, несут опасность жесткого информационного контроля за обществом и сознанием человека, в частности, через расширение влияния технологий, сориентированных на подсознание человека. Симбиоз трех факторов — информации, знаний и информационно-коммуникационных технологий — определяет существование глобальной модели развития «Информационно-коммуникационной технологии для



развития», которую ассоциируют с практическим использованием ресурсов информационного общества для решения практических проблем государств, регионов, граждан. Значительную проблему представляет информационное расслоение, которое А.В.Колодюк связывает с такими факторами: 1) практическая неготовность населения к жизнедеятельности в условиях информационного общества; 2) недостаточный уровень информационного сознания граждан; 3) отсутствие пропаганды развития информационного общества; 4) отсутствие государственной политики относительно стратегического и институционального обеспечения процессов развития информационного общества; 5) отсутствие консолидации всех секторов общества; 6) низкий уровень осознания необходимости прогрессивных преобразований и отсутствие практических действий со стороны политической элиты. Для преодоления этой проблемы предлагается: 1) формирование национальной стратегии развития информационного общества, благоприятной законодательной и институциональной среды; 2) создание благоприятных условий для развития регионального и международного партнерства, интеграции в международные структуры и сети; 3) концентрации усилий государства и общества для создания общедоступных электронных информационных ресурсов с учетом национальных, мировоззренческих, политических, экономических, языковых, культурных, религиозных и других аспектов развития страны; 4) создание необходимого инвестиционного климата; 5) обеспечение потенциальной возможности универсального доступа населения к информационно-коммуникационным технологиям и современным образовательным ресурсам; 6) содействие увеличению разнообразия, качества и количества услуг населению и бизнесу, предоставляемых на основе информационно-коммуникационных технологий; 7) обеспечение возможности приобретения знаний, умений и навыков при использовании информации информационно-коммуникационных технологий; 8) создание системы мотивации внедрения и желания использовать информационно-коммуникационные технологии для формирования широкого спроса на них во всех сферах жизнедеятельности общества.

Много вопросов возникает в связи с развитием интернета. Ряд ученых исследовал влияние нового медиума на общество. М.Кастельс связывал появление интернета как новой коммуникационной среды со спорными заявлениями о росте новых моделей социального взаимодействия [Кастельс М., 2007: 116, и далее]. Он так описывает позиции сторон: с одной стороны, формирование виртуальных общностей, которые базируются на он-лайн коммуникации, преподносится как кульминация исторического процесса разделения местонахождения и коммуникабельности при формировании общностей, с другой, критики интернета говорят о таких его последствиях как социальная изоляция, крах социального общения и семейной жизни, т.к. при помощи интернета безликие индивиды вступают в хаотическое общение, отказываясь от межличностного общения в реальных ситуациях. При этом часто социальный обмен основывается на фальшивых идентичностях и ролевой игре. М.Кастельс считает, что эта безрезультатная дискуссия, которая закончилась крахом из-за трех ограничений. Во-первых, она началась перед широким распространением интернета и, таким образом, основывалась на наблюдениях за первыми пользовате-

лями; во-вторых, она развивалась при отсутствии значительного объема надежных исследований относительно проблемы; в-третьих, она построена на упрощенных и обманчивых представлениях об идеологическом противостоянии гармонической общины идеализированного прошлого и отчужденного существования одинокого нет-гражданина (человека сети), который часто в общественном сознании ассоциируется с стереотипом компьютерного фаната. М.Кастельс приводит примеры нескольких научных исследований. Дж.Кац, Р.Райс и Ф.Аспден (2001) проанализировали взаимосвязь между использованием интернета участием в жизни общества и социальным взаимодействием на основе национальных телефонных исследований 1995, 1996, 1997 и 2000 гг. По результатам исследования выявлен более высокий или одинаковый уровень участия в жизни общины и политике среди пользователей интернет в сравнении с непользователями. Была также выявлена позитивная связь между использованием интернета и частотой телефонных звонков, а также больший уровень социального взаимодействия, т.е. пользователи интернета чаще, чем непользователи, встречались с друзьями и принимали участие в общественной жизни за стенами собственного дома. Причем общение он-лайн не привело к большим изменениям времени, проведенного с друзьями и семьей. Одна десятая пользователей интернет встретила он-лайн друзей и участвовала в он-лайн сообществах. Подобные результаты в том же году получили Ф.Говард, Л.Рейни и С.Джонс по анализу репрезентативной национальной выборки 2000 г., проведенной проектом «Интернет и американский способ жизни» Института Пью. Они установили, что пользование электронной почтой активизирует социальную жизнь с друзьями и семьей, способствует расширению общих социальных контактов. П. Ди Маджио, Э. Харджиттей и В. Ньюман в том же 2001 г. исследовали участие в общественной жизни, которое зафиксировало большее посещение пользователями интернет культурных событий, чтение литературы, посещение кинотеатров, спортивных состязаний (и личное занятие спортом), нежели у непользователей. Серия исследований Б. Уиллмена показала позитивное кумулятивное взаимодействие между интенсивностью использования интернета и активностью социальных взаимоотношений. Приводит М. Кастельс и результаты исследований с противоположными данными. Об изолирующем влиянии интернета свидетельствуют, в частности, опрос 4000 пользователей он-лайн Дж. Ни и Р. Эрдринга (Стенфордский университет, 2000 г.) и Питтсбургское исследование Р.Краута и др. (1998). Первое исследование свидетельствовало об утрате межличностных контактов и социальной среды активными пользователями интернета при отсутствии изменений для большинства его пользователей. Второе исследование касалось выборки из 169 семей во время первых двух лет их общения при помощи компьютера. Было выявлено, что долгое использование интернета связано со спадом в общении участников с членами семьи, уменьшением размера их социального круга и усилением их депрессии и одиночества. М.Кастельс отмечает также то, что молодежь, занятая интернет-путешествиями, меньше времени уделяет телевидению. Исследует он и проблематику перспектив предоставления через интернет мультимедийного содержания. Корпоративной основой для подобного развития провозглашалось объединение AOL и Time Warner в 2001 г. стоимостью 100

млрд. долларов. Но все коммерческие попытки предоставления такого содержания заканчивались провалами частично из-за технологических причин, но всегда из-за отсутствия значительного спроса. В частности, это касается попыток предоставлять через интернет видеоматериалы. Мультимедиа-проекты в интернете требуют больших инвестиций, одновременно маркетинговые исследования не показывают значительного спроса на подобные услуги. Исключение составляют спорт и программы по заказу, но эти потребности может удовлетворять цифровое телевидение при значительно меньших затратах. М.Кастельс считал медиамир пребывающим в состоянии экстраординарной трансформации, глобальным, ищущим экономического соотношения между масштабом и совместными действиями относительно способов выражения. Интернет является коммуникационной средой с собственной логикой и собственным языком. Он не привязан к определенной зоне культурного выражения, а проходит через все подобные зоны. М.Кастельс считал, что общение в интернете, как правило, идет в рамках социальной деятельности, не изолированной миром ролевой игры и фальшивых идентичностей. Причем приоритетной в интернете, по мнению ученого, является общение, а не развлечения. Для интернета характерны открытые источники, свободные публикации, децентрализованное вещание, случайное взаимодействие, целенаправленное общение и совместное творчество. М.Кастельс разделяет точку зрения Р.Паркера и К.Джордана о возникновении новой коммуникационной модели, по сути, новой культуры через одновременные наработки пяти процессов: интеграции, т.е. объединения художественных форм и технологий в гибридной форме выражения; интерактивности, т.е. способности пользователя манипулировать и влиять на систему связи, а также общаться с другими с помощью этой системы; гипермедиа, т.е. соединения отдельных элементов системы связи между собой; погружения, т.е. имитация трехмерной среды; нарративности, т.е. эстетических и формальных стратегий, которые приводят к возникновению нелинейных форм рассказов и медиа-презентаций. М.Кастельс считал, что интернет делает возможным разнородную конфигурацию рабочих пространств. Это не обязательное перенесение рабочего места на дом. Но многие работают дома в дополнение к обычному рабочему месту. Т.е. создается новое мобильное пространство, причем не только работы, но и повседневной деятельности (например, телебанкинг и телешопинг).

Е.Ю.Журавлева рассмотрела понятия «информационного взрыва», «информационного кризиса» и «информационной революции», которыми оперируют многие исследователи современного состояния общества [Журавлева Е.Ю., 2002: 36, и далее]. Она отметила, что «взрыв» — явление внезапное и кратковременное, а сегодняшняя ситуация длится достаточно время, «кризис» отражает только негативные моменты, а «революция» свидетельствует о коренных изменениях в процессе обработки информации. Она не замыкается в узких рамках компьютерной коммуникации и информационного процесса, относится не только к сфере высокотехнических процессов и биотехники, но и к области лингвистики, экономики, образования. По мнению российской исследовательницы, непрерывное возрастание использования и накопления информации стимулирует развитие и совершенствование техно-

логий эксплуатации информационных ресурсов, накопления и распространения информации. Именно их она называет информационными технологиями. При этом важной является проблема информатизации общества. Она носит не только технологический, но и социокультурный характер, т.к. заключается не просто в переходе к безбумажной информатике, но и в решении проблемы глобального доступа к знаниям. Под информатизацией Е.Ю.Журавлева понимала процесс автоматизации производства, представления, переработки, передачи и распространения информации при организующей роли в этом процессе человека. Тут в производственной деятельности происходит перераспределение усилий человека с физической области в психическую. Понятие «информатизации» шире, чем «компьютеризация», под которой понимается процесс информатизации на основе использования компьютерных технологий. По мнению Е.Ю.Журавлевой, задача предоставления информации в компьютерных системах решается на трех уровнях: 1) техническом, где реализуется сложная функциональная архитектура, обеспечивается быстрое действие, память и т.д.; 2) программном, где создаются программы как связующее звено между компьютером и человеком; 3) концептуальном, где вырабатываются основные теоретические концепции и сценарии, обеспечивается система ценностной ориентации и идеалов, проявляется стратегическая линия поведения пользователей и программистов, направление их деятельности. Как идеологи тут выступают разработчики программного обеспечения. Е.Ю.Журавлева, обобщая взгляды ряда ученых, констатирует наличие у информационного века двух основных черт: 1) глобальная система, работающая при помощи спутников (периферии) и компьютерной системы коммуникации при том, что каждый локальный инцидент будет влиять на систему в целом; 2) способ мышления, при котором весь земной шар воспринимается как имеющий один разум и самоуправляемое тело. При этом проводятся параллели между строением нервной системы или мозга человека и организацией сети. Тут просматривается тенденция к очеловечиванию компьютера. Предполагается, что глобальная компьютерная сеть, т.е. интернет, обладает такими свойствами как уникальность, наднациональность, открытость, нелинейность, сложность, интегрированность, универсальность. Также стоит отметить практически мгновенность трансляции, складирования и копирования информации. При этом среда интернета — это не только связанные в сеть компьютеры, а, прежде всего, взаимодействующие в этой среде люди с продуктами своей активности. Человеческая активность в интернете, по мнению Е.Ю.Журавлевой, подчинена удовлетворению трех основных потребностей: коммуникативной, познавательной и игровой.

Л.В.Анпилогова определяла информатизацию как организованный социально-экономический и научно-технический процесс создания оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей и реализации прав граждан, различных органов власти, организаций, общественных объединений на основе формирования и использования информационных ресурсов [Анпилогова Л.В., 2006: 148, и далее]. При этом она особое внимание уделяла средствам информационной поддержки процесса информатизации, а именно таким направлениям: фундаментализация информации на всех ее уровнях и существенно

более широкое развитие системы масс-медиа; реализация концепции деятельности масс-медиа, ориентированной на новые условия информационного общества; широкое использование средств масс-медиа, обеспечивающих формирование творческого потенциала личности; повышение доступности получения качественных знаний путем развития систем современных информационных и телекоммуникационных технологий; инструментально-технологическое направление, включающее в себя задачи использования новых возможностей средств информатики и информационных технологий для повышения эффективности системы информации; содержательное направление, включающее в себя задачи формирования нового содержания информационного процесса и др. А.В.Анпилогова на основе обобщения взглядов М.Кастельса, К.Колина, А.П.Куракова, Е.К.Лебедева, И.С.Мелюхина, И.И.Юзвизиной выделила задачи, которые нужно решать в составе содержательного развития процесса информатизации: 1) подготовка специалистов для профессиональной деятельности в информационной сфере общества: а) необходимо понимание социальной и экономической значимости этой проблемы для дальнейшего развития общества; б) оснащенность системы подготовки специалистов современными новыми информационно-телекоммуникационными технологиями; в) подготовленность специалистов к использованию современных и перспективных средств информатики; 2) формирование в обществе новой информационной культуры, основными факторами развития которой являются следующие: а) система образования, определяющая общий уровень интеллектуального развития людей, их материальных и духовных потребностей; б) информационная инфраструктура общества, позволяющая людям получать, передавать и использовать необходимую им информацию, оперативно осуществлять информационные коммуникации; в) демократизация общества, обеспечивающая правовые гарантии людям по доступу к необходимой им информации, развитие средств массового информирования населения; г) развитие экономики страны, от которой зависят возможности людей в получении информации, а также приобретение и использование современных средств информационной техники; 3) фундаментализация информационного процесса за счет его существенно большей информационной ориентации и изучения фундаментальных основ информатики; 4) формирование у людей нового, информационного мировоззрения, целостной информационной картины мира, понимание ими общностей информационных основ процессов управления в живой природе, обществе и технике; 5) обеспечение тесной связи информационных процессов с экологически безопасным, устойчивым развитием общества; 6) формирование государственной политики страны в области информатизации масс-медиа; 7) создание Концепции формирования и развития единого информационного пространства; 8) создание Концепции информационной безопасности страны и т.д. Как видим, присутствует стойкое убеждение исследовательницы в преобладающем влиянии государства на формирование информационного общества. При этом недостаточно внимания уделяется роли частного сектора, который, в основном, занимается технологическими разработками и, таким образом, практически обеспечивает переход к новым условиям существования.

Другой российский ученый, С.И.Паринов, считал, что стремительное развитие глобальной компьютерной сети Интернет и освоение людьми ее возможностей приводит, в том числе, к возникновению новых видов общественных отношений и организационных структур. Таким примером является «онлайновое сообщество», представляющее собой группу лиц, которые, находясь в состоянии взаимозависимости друг от друга, координируют и согласовывают свою совместную деятельность при помощи Интернет-технологий. Принципиальная особенность онлайн-сообществ заключается в том, что использование Интернет-технологий в процессе совместной деятельности людей позволяет в большей степени, чем ранее, осуществлять ее регулирование на основе прямых информационных обменов и взаимодействий между всеми членами сообщества. Наблюдения за социально-экономическими приложениями современных информационно-коммуникационных технологий показывают, что в виртуальном пространстве сети Интернет происходят такие изменения: «работа» становится «телеработой», которую можно выполнять в режиме «телеприсутствия»; торговля превращается в «электронную коммерцию», средство платежа — в «цифровую наличность», а бизнес — в «электронный бизнес»; поддержание контактов основано на использовании электронной почты, ICQ и др., а обсуждения принимают вид телеконференций, веб-форумов, чатов и т.п.; «работа в коллективе» основывается на «компьютерных средствах коллективной работы» (CSCW), дух коллективизма, комфортность и эффективность совместной работы уже зависит от groupware — особого класса компьютерных программ. Процессы внедрения информационно-компьютерных технологий в социально-экономическую деятельность сопровождаются появлением новых моделей бизнеса (принципы менеджмента 5-го поколения Ч.Сэведжа, «информационное партнерство», электронный бизнес). С переносом традиционного бизнеса в «электронную» среду компании получают возможность использовать так называемый «сетевой эффект», который заключается в их доступе к громадному числу находящихся в он-лайн потенциальных поставщиков и заказчиков. В этих условиях целью большой компании должно стать ее превращение в своеобразный коммутатор электронного бизнеса (E-business), который, во-первых, дает мелким фирмам стимул для использования Интернет-технологий, а также создает им среду для более дешевого мониторинга спроса и предложения. Целью небольшой фирмы в этих условиях становится доказательство своей жизненной необходимости для потенциальных партнеров. В западной литературе отмечается, что с внедрением Интернет-технологий в процесс функционирования компаний последние получают ранее не мыслимые способы для интеграции своих операций с внешними организациями. При этом основными направлениями развития компаний становятся: а) аутсорсинг (outsourcing); б) уменьшение размеров; в) реинжиниринг; г) полное изменение содержания бизнеса. Вертикальная интеграция компаний, которая была главным достижением индустриальной эпохи, в новых условиях может быть даже опасна, т.к. маловероятно, что отдельная взятая компания будет одинаково хороша во всех звеньях своего бизнес-процесса. Возникают новые модели экономического поведения отдельного человека (правила «успешного поведения» К. Кел-

ли), новые принципы организации деятельности людей (сетевая форма организации от Д. Подольны и К. Пейдж). Считается, что главным отличием сетевых форм управления от рыночных и иерархических является: а) длительность связей между агентами, которые б) регламентируются этими же агентами без участия вышестоящей власти. При этом сетевые изменения, происходящие в последние годы во внутренней среде традиционных иерархических фирм и организаций, характеризуются С.И.Париновым следующим образом: одно из основных отличий сетевой формы организации от традиционной заключается в этических или ценностных ориентациях ее участников; центральным элементом является «дух доброй воли» (spirit of goodwill), который означает использование «голоса» вместо «силы» для разрешения проблем, а также высокий уровень доверия между участниками; нормы взаимности лежат в основе сетевой организации (в отношениях между участниками преобладают чувства взаимных обязательств и ответственности, а не желание извлечь выгоду из имеющего место доверия); члены сетевой организации составляют «моральное сообщество», в котором предполагается доверительное поведение, понимание нормативных стандартов, а оппортунизм предрешен. Принципиальным отличием онлайн-общества как «расширенной формы» (Ф. Хайек) общественных отношений от его предшественников (рыночной и индустриальной форм) является доминирование в его среде прямых информационных взаимодействий между людьми. Хотя информационные взаимодействия между участниками экономической системы существовали всегда, но ранее они рассматривались и описывались в терминах предшествующих моделей «экономического мира» (как товарные отношения участников рынка или отношения типа «начальник-подчиненный» в иерархических структурах). Современные изменения в социально-экономическом пространстве, происходящие под влиянием развития Интернет-технологий, требуют большего внимания исследователей к информационным взаимодействиям агентов экономической системы [Паринов С.И., 2000].

Белорусский ученый М.В.Дорошевич считает, что специфика данного этапа социальной эволюции заключается в следующем: информация и знания становятся основными факторами развития общества; увеличивается доля информационно-коммуникационных технологий в ВВП, создается полноценный рынок информационных ресурсов и знаний; появляются новые формы социально-экономической деятельности (телемедицина, дистанционное образование, дистанционная работа, электронная торговля, электронный консалтинг, иные сферы электронных услуг) и т.п. Эти явления определяют основные тенденции трансформации социально-политической сферы, которые проявляются в: складывании саморегулируемого глобального информационного пространства, обеспечивающего всем членам общества свободный доступ к мировым информационным ресурсам, их эффективное информационное взаимодействие, а также удовлетворение их потребностей в информационных продуктах и услугах; создании системы эффективного взаимодействия органов власти и населения посредством использования информационно-коммуникационных технологий (реализация концепций «E-government» и «E-democracy»). В сфере информационных технологий, как и в любой области социальной активности, существуют

четыре вида ограничивающих факторов: законы, рынок, нормы морали и архитектура. При этом архитектура сети, технологические решения для ИКТ являются в этом смысле определяющими. Другими словами, технологические решения задач, которые ставит правительство, могут, в свою очередь, влиять на содержание этих задач. При этом процесс разработки сайта электронного правительства становится не только технической, но и политической задачей. Поэтому разработчики должны понимать политические последствия принятия того или иного архитектурного решения. Важной в этом отношении является классификация сайтов различных поколений, разработанная PWC Consulting.

	<b>1-е поколение: Присутствие в Интернет</b>	<b>2-е поколение: Инструмент общения</b>	<b>3-е поколение: Взаимодействие и транзакции</b>	<b>4-е поколение: Интеграция цепочки</b>
Позиционирование	Создание сайта является самоцелью	Сайт — один из каналов информирования	Сайт является инструментом для достижения др. целей	Модули могут быть также расположены на др. сайтах
Политики	Практически не участвуют	Растущее вовлечение / Составляющая ИТ	Оптимальное вовлечение / Отдельный проект	Оптимальное вовлечение / Кооперация с др. орг-ми
Содержательное наполнение	Статическая информация (справочная)	Динамическая информация (газета)	Информация, взаимодействии, транзакции	Информация, взаимодействии, транзакции
Технологии	HTML	База данных / Системы управления контентом	База данных, подключенная к внутренним системам	Модули, к которым также есть доступ с сайтов др. орг-ций
Организаторы	Энтузиасты	Департамент информационной политики	Профильные департаменты	Частично организован внешними партнерами
Политика э-правительства	Практически не связаны	Часть информационной политики	Является фундаментальной составляющей гос. политики	Разделяется партнерами
Затраты	Незначительные	От \$0,1 до \$1 млн	Более \$ 1 млн	Более \$ 1 млн
Электронная почта	Эл. почта поступает конкретному сотруднику	Почта поступает на департамент или централизованно	Почта поступает в центр. узел. Автоматическое распределение	Почта поступает в центр. узел. Автоматическое распределение
Мониторинг	Количество посещений	Кол-во посещений на страницу	Вопросы посетителей	Характеристика посетителей



Таким образом, архитектурные сетевые решения будут стимулировать продвижение на пути к открытому информационному обществу.

М.В.Дорошевич предлагает следующие этапы развития электронного правительства.

	<b>Наименование этапа</b>	<b>Описание присутствия государства в Интернет</b>	<b>Описание этапа</b>
1	«Размещение информации»	Базовое присутствие органов власти в Интернет. Необновляемое содержание страниц — «визитные карточки» государственных органов. Брошюры с информацией. Информация для отделов по связям с общественностью	Создаются страницы различных министерств и ведомств, содержащие информацию об их миссии и направлениях деятельности. Страницы госорганов, как правило, не поддерживаются централизованно и не объединяются в единый портал.
2	«Обратная связь»	Интерактивное взаимодействие с гражданами посредством электронной почты — получение справок, информации. Загрузка гражданами электронных форм для заполнения (налоговые декларации, формы других документов). Пополнение сайтов новостной информацией — первый элемент информирования о текущей деятельности госорганов	Появляются первые элементы интерактивности (например, отправление вопросов и получение ответов граждан посредством e-mail); можно получать образцы некоторых справок и форм. Идет постоянное обновление новостей о деятельности госорганов.
3	«Транзакции»	Взаимодействие представителей госорганов с гражданами в режиме реального времени. Осуществление некоторых платежей с помощью кредитных карт на странице правительства. Создание страниц с аналогичными возможностями на городском и муниципальном уровнях	Появление реальной интерактивности — возможности осуществлять некоторые операции в онлайн-режиме. Например, уплата штрафов, заказ паспортов, продление действия некоторых лицензий и патентов. Такая конкретизация работы электронного правления, которая заключается уже не столько в информировании, сколько в обслуживании, предполагает создание специальных сайтов для поддержки этих сервисов не только для центральных, но и для городских и даже районных органов власти.

4	«Интер-активные интегрированные услуги»	Осуществление любых видов платежей через порталы центральных и региональных органов власти. Появление региональных порталов, объединяющих государственные услуги и услуги негосударственного сектора	Создание объединенных порталов различных ведомств и служб, транзакций, для осуществления которых ранее требовалось обращаться непосредственно в данный. Через региональные порталы становится возможной регистрация предприятий, оформление финансовых документов, легализация иностранных документов и т.д. Появляются региональные порталы, которые объединяют в себе как весь спектр государственных сектора — подключаются системы электронной коммерции, интернет-банкинга.
5	«Трансформация правительства»	Создание электронной инфраструктуры государственного управления на основе единых стандартов. Правительственный портал как единая точка доступа ко всем услугам — как для граждан, так и для бизнеса	Создание электронной системы государственного управления на основе единых стандартов, а также правительственного портала как единой точки доступа ко всем услугам — и для граждан, и для бизнеса.

При этом он отмечает тот факт, что «электронное правительство» — только один из элементов «электронной демократии», и что действия электронного правительства не гарантируют демократических процессов [Дорошевич М.В.].

По мнению авторов «Краткого оксфордского политического словаря» главное влияние интернета на политику состоит, по-видимому, в увеличении прозрачности. Также многие правительства реализуют политику, направленную на то, чтобы граждане большую часть своих дел с государством решали через интернет. Хотя, конечно, интернет предоставляет дешевую и доступную площадку для экстремистских партий, террористов и педофилов [Короткий..., 2005: 271].

На роль государства в развитии информационного общества указывали А.В. Волокитин и И.Н. Курносов. Они справедливо указывали, что информационно-телекоммуникационная инфраструктура сегодня превратилась в ключевой фактор конкурентоспособности страны, от ее потенциала зависит место страны в мировом сообществе [Волокитин А.В., Курносов И.Н., 2000: 8, и далее]. Они сформулировали в качестве основных задач государства в сфере информатизации и формирования информационного общества следующее: создание условий развития и роста информационного сектора национальной экономики;

поддержка инновационных проектов создания и развития систем информатизации в приоритетных областях информатизации; обеспечение информационной безопасности и защиты информации; обеспечение равноправного участия в международном разделении труда; развитие правовой базы информатизации. Реальный экономический рост может быть обеспечен, прежде всего, путем привлечения инвестиций частного сектора, создания сбалансированной конкурентной среды и развития информационной инфраструктуры рынка информационно-телекоммуникационных технологий. Необходимо активно участвовать в развитии систем электронной торговли. Эти системы важны не только как области приложений ИТТ, они также способствуют развитию торговли в целом. Еще одним эффективным средством государственного влияния на рынок ИТТ является поддержка работ по стандартизации ИТТ, проводимых частным сектором на национальном и международном уровнях. Следует повысить уровень восприятия этих технологий людьми, использовать различные формы для повышения компьютерной грамотности населения, его информированности о возможностях и ресурсах Интернета, освоения преимуществ сетевого информационного обмена в различных областях деятельности человека. Для этого учащиеся и социально незащищенные слои населения и инвалиды должны получить возможность работы в сети в минимальном гарантированном объеме по приемлемым ценам, независимо от социального положения, географической отдаленности, возраста и т. п. Это справедливо названо задачей большой социальной значимости.

Но использование интернета имеет и ряд негативных последствий. Например, несанкционированное использование персональных данных. Тут необходимо применять жесткие правила. Примером могут служить основные принципы, принятые в 1980 г. Организацией по экономическому сотрудничеству и развитию, которые называются «Кодексом обращения с информацией»: ограничение сбора персональных данных (сбор только необходимой информации); получение сведений непосредственно от того субъекта, к которому они относятся, ставя его в известность о цели сбора информации; использование информации исключительно в заявленных целях; обеспечение субъекту возможности доступа к информации о себе и соблюдение права исправления ошибок [Тапскотт Д., 1999: 334].

А.А. Чернов называет такие угрозы как наметившийся цифровой разрыв между странами и в рамках отдельного государства, соблюдение свободы слова, защита интересов этнических меньшинств и подрастающего поколения, сохранение национального языка и культурного наследия в новых условиях, противостояние культурной экспансии других стран, охрана интеллектуальной собственности, борьба с компьютерными и высокотехнологичными преступлениями, а также вопросы цензуры в глобальных компьютерных сетях [Чернов А.А., 2003].

Интернет коренным образом преобразует жизнь. Б.Гейтс считал, что термин «информационная магистраль» неудачен. Более подходит для обозначения грядущих перемен понятие «универсальный рынок» (ultimate market). «Рынки, где торгуют всем — от стройматериалов до деревянных молотков для игры в шары, — фундамент человеческого общества, и я считаю, что этот новый рынок в конце концов станет центральным уни-

вермагом всего мира. Именно там мы, существа общественные, будем торговать, торговаться, вкладывать деньги, подбирать персонал, спорить, знакомиться и просто «толкаться». Так что при словах «информационная магистраль» не думайте о дороге, а представьте рынок или биржу. На этом рынке будут представлены все виды человеческой деятельности — от миллиардных сделок до флирта. Покупки станут оплачиваться деньгами в цифровой форме, а не наличными. Но главное, в роли всеобщего эквивалента будут выступать не только деньги, но и разнообразная цифровая информация [Гейтс Б.]. Естественно, такие изменения коснутся не только способа жизни, но и сознания.

Важнейшей стороной развития информационно-телекоммуникационных технологий и транспортных коммуникаций является, по мнению А.Ю.Хоца, процесс взаимного проникновения культур, который, особенно в конце XX в., приобрел всеобщий характер. Благодаря масс-медиа началась интервенция американской массовой культуры, а также авторитетных культурных стандартов Европы и некоторых азиатских регионов в духовно-культурное пространство всего мира. Но информационная революция несет в себе две тенденции: с одной стороны, это изменение традиционного уклада жизни человека, с другой — стимулирует адаптационные защитные механизмы местных культур. Другой аспект воздействия информационной революции на культурные процессы — это утверждение города как доминирующего типа населенного пункта и городской культуры как доминирующего типа культуры. Информационная революция дает мощный импульс к урбанизации. Анализируя воздействие информационной революции на индивида, А.Ю.Хоц приходит к выводу, что данное воздействие выразилось, прежде всего, в росте его интеллектуальной и поведенческой автономии [Хоц А.Ю., 2001: 14].

Ряд ученых выделяют характерные черты информационного общества: решена проблема информационного кризиса, т.е. разрешено противоречие между информационной лавиной и информационным голодом; обеспечен приоритет информации по сравнению с другими ресурсами; главной формой развития станет информационная экономика; в основу общества будут заложены автоматизированные генерация, хранение, обработка и использование знаний с помощью новейшей информационной техники и технологии; информационная технология приобретет глобальный характер, охватывая все сферы социальной деятельности человека; формируется информационное единство всей человеческой цивилизации; с помощью средств информатики реализован свободный доступ каждого человека к информационным ресурсам всей цивилизации; реализованы гуманистические принципы управления обществом и воздействия на окружающую среду. Кроме положительных моментов прогнозируются и опасные тенденции: все большее влияние на общество масс-медиа; информационные технологии могут разрушить частную жизнь людей и организаций; существует проблема отбора качественной и достоверной информации; многим людям будет трудно адаптироваться к среде информационного общества. Существует опасность разрыва между «информационной элитой» (людьми, занимающимися разработкой информационных технологий) и потребителями [Лахмотова О.В.].

В.Емелин произвел анализ глобальной сети, в качестве ключевой категории которого используется понятие «ризомы». Данный термин был заимствован Ж. Делезом и Ф. Гваттари из ботаники, где он означал определенное строение корневой системы, характеризующейся отсутствием центральной стержневой системы и состоящей из множества хаотически переплетающихся, периодически отмирающих и регенерирующих, непредсказуемых в своем развитии побегов. Разработанная в трудах французских философов, в дальнейшем эта категория получила широкое распространение и стала одной из важнейших в постструктурализме. В самом широком смысле «ризомы» может служить образом постмодерного мира в котором отсутствует централизация, упорядоченность и симметрия. В.Емелин рассматривает применительно к интернету все выделенные Делезом и Гваттари принципы организации ризомы-корневища, а именно: связь и гетерогенность, множественность, незначимость разрыва, картография и декалькомания. Раскрывая сущность указанных принципов, он утверждает, что Интернет — это ризомы. Понять онтологию Интернета важно не только с целью иллюстрации релевантности постмодернистских идей для интерпретации информационных технологий, но и для того, чтобы показать, как его ризоморфная конструкция влияет на социальные отношения, вырастающие вокруг глобальной сети и, в конечном счете, способствует формированию киберкультуры — специфической формы культуры информационного общества. В.Емелин рассматривает ряд интеллектуальных течений, чье возникновение было инициировано развитием компьютерных и сетевых технологий, а также анализируется степень влияния их идеологии на формирование киберкультуры. Первым движением, во взглядах которого сплелись различного рода маргинальные интенции с верой в безграничные возможности компьютерной техники в плане реализации индивидуальной свободы, стало движение хакеров. Хакерская субкультура, провозгласившая лозунг «Информация должна быть свободной», в дальнейшем послужила основой для движения киберпанков, в котором наиболее показательно слились технологические, культурные, философские и эстетические аспекты информационной революции. По сравнению с хакерским движением, киберпанк является более глубоким и многоаспектным явлением в киберкультуре. Его не следует рассматривать только как одно из молодежных альтернативных движений, подобных хиппи или панкам, равно как и отождествлять с одноименным направлением в научной фантастике, где на передний план выводится проблема взаимопроникновения человеческого и технологического. Киберпанк, по мнению автора, будет правильней понимать как стиль жизни, в котором особое место занимают виртуальная реальность, причем доступ в нее не должен быть ограничен никакими институтами власти. Намеченный в киберпанковских романах и фильмах, этот стиль, благодаря совершенствованию компьютерных и сетевых технологий, во многом воплотился реальность сегодняшних дней. Так, начиная с 90-х годов, все больше пользователей оказываются охваченными паутиной глобальной сети и, в результате, вовлекаются в специфическое взаимодействие как между человеком и Интернетом, так и между самими индивидами, в отношениях которых сеть начинает играть не только роль посредника, но

и становится неотъемлемой составляющей, делающей возможным сам факт общения и определяющей его стиль. В телекоммуникационной среде всемирной паутины начинают действовать особые правила поведения, этические принципы, формы общения и т.д., отличные от тех, что наполняют реальную жизнь в обществе. Во многом эти установки были выработаны движениями хакеров и киберпанков, но, в настоящее время, ввиду возрастания роли компьютерной сети в жизнедеятельности людей, они перестают быть выражением взглядов каких-то локальных групп и течений, и обретают иной качественный статус. По мнению В.Емелина, в современном Интернете находят адекватное воплощение киберпанковские принципы, провозглашающие неограниченную свободу доступа к информации, основывающуюся на недопустимости создания информационных барьеров и фильтров, введения цензуры или других государственных регламентирующих ограничений, а также подчинения киберпространства единому центру. Совокупность идей, соответствующих описанному положению дел, В.Емелин предлагает называть сетевым либерализмом, под которым понимает неформальную идеологию, виртуально установившуюся в киберпространстве глобальной сети, главным лейтмотивом которой является максимальное ограничение вмешательства институтов власти в процесс циркуляции информационных потоков. Сетевой либерализм — это своего рода социальная, политическая, экономическая и этическая импликация тех основополагающих, онтологических принципов устройства глобальной сети, которые были охарактеризованы выше как ризоморфные. Именно в том, что Интернет по своей природе ризома, усматривается фундамент либертарианской идеологии, то есть, между физическим строением глобальной сети и вырастающими вокруг нее социокультурными явлениями утверждается непосредственная связь — без ризоморфности Интернета не был бы возможным сетевой либерализм. Рассматривая сущность интернет-текста, делается вывод, что речь идет о возникновении принципиально новой формы организации текстового пространства в виртуальной среде глобальной сети, где на смену одномерному тексту приходит многомерный электронный гипертекст. Последний основывается на возможности мгновенного перехода от одного объема информации к другому во всех снабженных ссылками точках, причем, наделены подобными ссылками могут быть любые произвольно выбранные места текстов. Рассматривая в этой связи текстовые пространства с точки зрения номадологии Делеза и Гваттари, В.Емелин высказывает мнение, что постгутенберговская вселенная подобна бескрайней степи кочевников, а галактика Гутенберга — расчерченной границами, стенами и дорогами территории оседлых народов. Созданные в гипертекстовом формате нарративы особым образом конструируют, а точнее деконструируют текстовые структуры и способы их прочтения: от территориально ограниченной и линейно выстроенной книги мы переходим к номадическим ризоморфным детерриториализованным информационным системам. Таким образом, размываются границы текстового нарратива, что делает интернет наиболее ярким воплощением идеи интертекстуальности, ибо все ее признаки — цитатность, децентрированность, безграничность, деперсонализация автора — являются неотъемлемыми характеристиками текстовой среды сети. Очевидно, что цитатный подход заложен в

саму основу применяемого во всемирной паутине языка html (Hypertext Markup Language), ведь его основа — ссылки, которые есть не что иное как указатели на смежные тексты, высказывания, источники и т.п., одним словом — цитаты в той или иной ипостаси. Также не вызывает сомнения, что гипертекст децентрирован по своей природе — стержневая идея неизбежно рассеивается в бесконечности кросс-референтных ссылок. Что касается безграничности гипертекста, то на нее указывают принципиально неограниченные масштабы виртуального пространства глобальной сети [Емелин В.].

В целом, на современном этапе развития общества информационные технологии играют ведущую роль. Одно время была опасность монополизации этих технологий и превращения с их помощью общества в контролируемую систему. Но благодаря бурному развитию этих технологий, конкуренции в бизнесовой среде при их изобретении, производстве и внедрении, мощных, в основном, медийных средств контроля, демократических традициях в странах, которые стали пионерами в области развития таких технологий, опасность реализации антиутопий по типу Дж. Оруэлла, в основном, преодолена. Информационно-коммуникационные технологии коренным образом изменили жизнь человека. Производственная деятельность, образование, здравоохранение, сфера личной жизни — все подверглось коренному изменению вследствие внедрения компьютеров и влияния интернета. Возникающие опасности и трудности не носят фатального характера и решаются при дальнейшем развитии технологий. Важным моментом является фактическая неуправляемость интернетом, который служит, таким образом, свободной площадкой общения, независимо от границ, национально-демографических и мировоззренческих различий.

### 4.3.2. Интернет и виртуальная реальность

По некоторым данным, термин «виртуальная реальность» был придуман в Массачусетском технологическом институте в конце 1970-х годов Д.Леньером, который в 1984 г. основал первую фирму виртуальной реальности. Этот термин выражает идею присутствия человека в компьютерно-создаваемом пространстве. Виртуальное (от лат. *Virtualis* — возможное) — нематериальная разновидность бытия объективных сущностей или субъективных образов, противоположная материальному бытию вещей и явлений в пространстве и времени. В обиход термин «виртуальная реальность» был запущен американскими кинематографистами, выпустившими под таким названием киноленту с искусственной реализацией в знаково-графической форме мыслимых возможностей, не осуществляемых по каким-либо причинам естественным путем. Виртуальная реальность, по мнению И.А.Негодаева, — это интерактивная технология, позволяющая создавать абсолютно (или почти абсолютно) убедительную иллюзию, что человек находится и действует внутри реального мира, хотя на самом деле этот мир существует внутри компьютера. Привычное восприятие объективного мира при помощи органов естественных чувств подменяется искусственно созданной компьютер-

ной информацией при посредстве специального интерфейса, компьютерной графики и звука. Виртуальная реальность это то, чего как бы нет, ее нельзя потрогать руками, почувствовать ее вкус и запах. Но в то же время она присутствует, и человек, входя в эту воображаемую реальность, не только ее наблюдает и переживает, но и получает возможность на нее воздействовать, действует самостоятельно в этой реальности, может ее изменять. Виртуальная реальность — это специфическая форма человеческого бытия и особая культурная форма духовного общения людей. Виртуальная реальность является одним из многих типов феноменов внутри киберпространства — большой электронной сети, наборе ориентированных точек по которым мы находим наш путь среди огромного массива информации в электронном пространстве. Внутренняя карта, создаваемая нами для себя вместе с программным обеспечением, это и есть киберпространство к которому подключается пользователь через компьютер. Понятия виртуальной реальности восходит к лингвистическому разграничению, сформулированному еще в Средневековье логиком Д.Скотом. Латинское *virtus* в его теории реальности занимало центральное место. Д.Скот утверждал, что реальная вещь в своем единстве виртуально содержит множество эмпирических качеств. После того, как эволюция знаковых систем искусства привела к созданию фотографии, кино и телевидения человек все больше стал соприкасаться с виртуальной реальностью. Создание И.Сазерландом стереоскопического головного дисплея, создавшим возможность изменять угол своего взгляда, головной следящей системы с ультразвуковым эффектом, сделали изображение на дисплее динамичным и трехмерным. Понятие виртуальности в дальнейшем использовалось в качестве обозначения мнимости некоторых объектов в физике и трехмерных макромоделей, созданных при помощи компьютеров. После этого использование понятия виртуальности стало лавинообразно нарастать и использоваться для описания соединения компьютерной графики с взаимодействием «человек — компьютер». Под воздействием хорошо смоделированной искусственной реальности человек может полностью поверить в ее существование. Своей популярностью виртуальная реальность во многом обязана тому, что она эффективно воздействует на человеческие органы чувств. Поскольку виртуальная реальность создается людьми, то источником всего существующего в ней в конечном счете является сознание человека. Следовательно, виртуальная реальность формируется из физической реальности, проходящей через призму сознания, подсознания и фантазии [Негодаев И.А., 1999].

С помощью термина «виртуальная реальность», отмечает Д.В.Иванов, в настоящее время обозначаются многие новые экономические, политические, культурные феномены, не связанные непосредственно с компьютеризацией, но обнаруживающие сходство логики человеческой деятельности с логикой виртуальной реальности. Сущностный принцип этой логики — замещение реальных вещей и поступков образами — симуляциями. Все перечисленные, а равно и не перечисленные взаимодействия осуществляются как виртуальные аналоги реальных социальных взаимодействий. При этом происходит замещение реального исполнения социальных ролей симуляцией, создается образ реальных атрибутов институциональности. Столь интенсивное



в последние годы использование технологий виртуальной реальности имеет социальный смысл — замещение социальной реальности ее компьютерными симуляциями. Этот социальный аспект развития компьютерных технологий явно превалирует над техническим аспектом. Д.В.Иванов считает, что понятие виртуализации — ключ к пониманию современности [Иванов Д., 2000: 14 и далее]. По его мнению, первые попытки создания социологических моделей современности на базе понятия виртуальности были практически одновременно предприняты в Германии А. Бюлем и М. Паэтау, в Канаде А. Крокером и М. Вэйнстейном и в России самим Д.В.Ивановым. Модели А. Бюля, А. Крокера и М. Вэйнштейна восходят к традиции исторического материализма К. Маркса. Согласно его теории, рост производительных сил или, говоря современным языком, развитие новых технологий вызывает изменения в системе общественных отношений: появляются новые отношения собственности, на их базе — новые социальные классы, новые формы политической власти, идеологии и искусства и т.д. Приложение этой схемы к современности приводит А. Бюля, А. Крокера и М. Вэйнштейна к тезису о переходе к новой фазе капитализма, когда классические структуры индустриального общества устраняются по мере внедрения компьютерных технологий. По мысли автора теории «виртуального общества» А. Бюля, с развитием технологий виртуальной реальности компьютеры из вычислительных машин превратились в универсальные машины по производству «зеркальных» миров. В каждой подсистеме общества образуются «параллельные» миры, в которых функционируют виртуальные аналоги реальных механизмов воспроизводства общества: экономические интеракции и политические акции в сети интернет, общение с персонажами компьютерных игр и тому подобное. Процесс замещения с помощью компьютеров реального пространства — как места воспроизводства общества — пространством виртуальным А. Бюль называет виртуализацией. Если А. Бюль разрабатывает структурно-аналитический аспект марксовской схемы, констатируя как факт, что гиперпространство «параллельных» миров — это новая сфера экспансии капитализма, то авторы теории «виртуального класса» А. Крокер и М. Вэйнштейн делают акцент на критике — разоблачении киберкапитализма как системы, порождающей новый тип неравенства и эксплуатации. Владельцы компаний, производящих программное обеспечение и предоставляющих доступ в интернет, рассматриваются как ядро нового господствующего класса, движимого волей к виртуальности и превращающего виртуальную реальность в капитал. Виртуализацией А. Крокер и М. Вэйнштейн называют новый тип отчуждения: отчуждение человека от собственной плоти в процессе пользования компьютерами и превращение ее в потоки электронной информации, подпитывающие виртуальный капитал. Канадские авторы очевидно перефразируют метафору К. Маркса, именовавшего капитал вампиром, питающимся живым трудом. Вообще говоря, модель А. Крокера и М. Вэйнштейна — это скорее результат постмодернистской стилизации марксистской риторики, нежели итог собственно социологического анализа. Модель «виртуализации социального» М. Паэтау базируется на теории Н. Лумана, в которой общество определяется как система коммуникаций. М. Паэтау интерпретирует возникновение гиперпространства сети Internet

как результат «использования» обществом новых форм коммуникации для самовоспроизводства — аутопойесиса (по терминологии Н. Лумана). Наряду с традиционными формами, «реальными» интеракцией и организацией, коммуникация посредством компьютера вносит вклад в производство социальности. Изменение общества рассматривается как структурная дифференциация системы вследствие появления в ней новых элементов — виртуальных аналогов реальных коммуникаций. Представление о перманентной структурной дифференциации играет в системной теории столь же фундаментальную роль, что и тезис о перманентном росте производительных сил в историческом материализме. Поэтому виртуализация социального рассматривается как очередной системный эффект. По Д.В.Иванову, существует два основных смысла понятия «виртуальное». Первый восходит к традиционному естествознанию, в котором смысл термина «виртуальное» раскрывается через противопоставление эфемерности бесконечно малых перемещений объектов или бесконечно малых периодов существования частиц и стабильной в своих пространственно-временных характеристиках реальности. Второй смысл порожден практикой создания и использования компьютерных симуляций и раскрывается через противопоставление иллюзорности объектов, создаваемых средствами компьютерной графики, и реальности материальных объектов. В понятии «виртуальная реальность» оба смысла парадоксальным образом соединяются. Поведение изображаемого объекта воспроизводит пространственно-временные характеристики поведения объекта вещественного. В качестве универсальных свойств виртуальной реальности выделяются три характеристики: нематериальность воздействия (изображаемое производит эффекты, характерные для вещественного); условность параметров (объекты искусственны и изменяемы); эфемерность (свобода входа/выхода обеспечивает возможность прерывания и возобновления существования). О виртуализации применительно к обществу можно говорить постольку, поскольку общество становится похожим на виртуальную реальность, то есть может описываться с помощью тех же характеристик. Виртуализация в таком случае — это любое замещение реальности ее симуляцией/образом — не обязательно с помощью компьютерной техники, но обязательно с применением логики виртуальной реальности. Эту логику можно наблюдать и там, где компьютеры непосредственно не используются. Определение социальных феноменов с помощью понятия виртуальности уместно тогда, когда конкуренция образов замещает конкуренцию институционально определенных действий — экономических, политических или иных. Социальное содержание виртуализации — симуляция институционального строя общества первична по отношению к содержанию техническому. Превращение в последние десятилетия XX в. социальной реальности в эфемерную, нестабильную, описываемую постмодернистским принципом *anything goes*, явно коррелирует с возрастанием в жизни людей роли различного рода симулякров — образов реальности, замещающих саму реальность. Теперь к трем традиционным концепциям цены, считает Д.В.Иванов, можно добавить четвертую, которая еще недостаточно четко определена теоретически, но уже присутствует в реальной экономической практике: 1) марксизм: цена — функция «объективной» стоимости (импера-

тив «реального» производства); 2) маргинализм: цена — функция «субъективной» стоимости (императив потребления); 3) монетаризм: цена — функция меновой стоимости (императив рынка); 4) «виртуализм»: цена — функция образа стоимости (императив «виртуального» производства). Если говорить о виртуализации власти, то необходимо отметить, что политические институты сформировались в эпоху Модерн как комплекс норм, определяющих способы постановки и решения проблем обладания властью. В эпоху Постмодерн эти базовые компоненты политических практик симулируются, вызывая виртуализацию институтов — выборов, государства, партий. Борьба за политическую власть сейчас — это не борьба партийных организаций или конкуренция программ действий. Это борьба образов — политических имиджей, которые создают рейтинг. Реальные личность и деятельность политика необходимы лишь в качестве «информационных поводов», то есть служат своего рода алиби для тех, кто формирует имидж. В сфере науки социальные институты сформировались как комплекс норм, которые обеспечивают в представлении людей эпохи Модерн решения проблем открытия истины и повышения квалификации. В условиях Постмодерна следование этим базовым нормативным требованиям симулируется, вследствие чего институты становятся своего рода виртуальной реальностью. Наука сейчас — это не предприятие по поиску истины, а род языковых игр, состязаний в манипулировании моделями научного дискурса. В этом плане симптоматичны две тенденции. Во-первых, материальный эксперимент все чаще замещается экспериментом на моделях. Если раньше теории могли строиться только на основе открытия некоего порядка, присущего вещам, то теперь вполне допустимо моделирование без выхода к каким-либо реальным референтам, например компьютерные симуляции природных, технологических и социальных процессов. Во-вторых, процесс верификации гипотез все чаще замещается процессом фальсификации. Если раньше достаточным аргументом против теории считались противоречащие ее положениям данные опыта, то теперь лишь изобретение альтернативной модели может служить аргументом. Наука становится перманентным процессом построения альтернативных моделей. Вследствие этого возросла роль воображения, фантазии, парадоксальности мышления в той сфере, где ранее их предавали анафеме, где ранее референцией к реальности строго задавались пределы приращения знания. Объект науки и ее процедуры виртуализируются. Виртуализируется и институциональный строй науки. Институты в сфере искусства образуют комплекс норм, определяющих способы постановки и решения проблем создания и сохранения художественной ценности. Базовые элементы этого нормативного комплекса также виртуализируются в эпоху Постмодерн. В искусстве постмодернизма произведение как таковое становится актом деконструкции как со стороны художника, так и со стороны публики. Вычленение фрагментов техник и произвольное манипулирование ими как знаками «художественного мастерства» симулируют свободное, то есть виртуозное владение техникой (письма, рисунка, танца, игры и т.п.). Вычлененные из классических произведений и традиционных стилей клише включаются в любые комбинации с бытовыми предметами и жестами и служат знаками, маркирующими эти комбинации как «худо-

жественное творчество». Наличие знаков «художественного творчества» — достаточное условие для признания за результатом статуса «произведения искусства». В эпоху Постмодерн создается не произведение искусства, а скорее образ его. Интернет — это средство и среда существования без/вне общества, если общество трактовать в традиционном для социальной теории ключе как систему институтов. Общество как система, то есть как нормативная структура, не функционирует в процессе коммуникаций, осуществляемых через интернет. Д.В. Иванов отмечал, что: 1) интернет как техническое средство реализует коммуникативные функции социальных институтов. Именно Сеть обеспечивает функционирование государственных и научных учреждений США на протяжении примерно двух десятилетий после создания в самом начале 1970-х гг.; 2) глобальным и историческим социокультурным феноменом интернет стал только тогда, когда через Сеть хлынули потоки неинституционализированных, неподконтрольных обществу коммуникаций; 3) неинституциональность коммуникаций, осуществляемых в интернет, служит причиной постоянных конфликтов, в основе которых уход пользователей — хакеров, киберпанков и просто обывателей — из-под сервиса-надзора социальных институтов; 4) в сети интернет традиционные социальные институты не могут функционировать в виде нормативных структур, но они существуют в Сети как образы, которые можно транслировать и которыми можно манипулировать. Институциональность в инетрнете симулируется: коммуникациям придается образ институционализированных действий в том случае, если этого требуют привычки и стандарты восприятия партнеров по коммуникации. Коммуникации, осуществляемые через интернет, не ориентированы на институциональные и групповые нормы, направляющие деятельность людей в их несетевой жизни. Более того, интернет — среда развития виртуальных сообществ, альтернативных реальному обществу. Активность индивидов, осуществляющих коммуникации через интернет, их силы и время переориентируются с взаимодействий с реальными друзьями, родственниками, коллегами, соседями на коммуникации своего виртуального эго со столь же виртуальными партнерами. Общение через интернет как раз и привлекательно обезличенностью, а еще более — возможностью конструировать и трансформировать виртуальную личность. С одной стороны интернет дает свободу идентификации: виртуальное имя, виртуальное тело, виртуальный статус, виртуальная психика, виртуальные привычки, виртуальные достоинства и виртуальные пороки. С другой стороны происходит «утрата» — отчуждение реального тела, статуса и т.д. Интернет — средство трансформации и личности как индивидуальной характеристики, и личности как социокультурного и исторического феномена. Здесь следует заметить, что личность — новоевропейский социокультурный феномен. В современном смысле слова личность еще пятьсот лет назад не существовала как общественное явление, то есть была явлением весьма редким. Такие атрибуты личности, как стабильная самоидентификация, индивидуальный стиль исполнения социальных ролей («творческая индивидуальность») активными пользователями интернет утрачиваются; сознательно или неосознанно ими формируется размытая или изменчи-

вая идентичность. Виртуализируется не только общество, но и порожденная им личность.

Украинский исследователь В.О. Ковалевский понимает под виртуальной реальностью способ, характер, особенности коммуникативных актов, заявленных посредством электронных сетей во всех их проявлениях; также, и это особенно важно, тот способ существования самих средств, делающих возможным осуществление коммуникативного акта. То есть, говоря иначе, помимо собственно пользователей как составной части виртуала, важнейшей его частью является существование баз данных и программного обеспечения, позволяющего пользователям решать весьма разнообразные и разноплановые задачи — от несущих прикладной, прагматический характер до исключительно абстрактных [Ковалевский В.О. б].

Другой украинский исследователь В.Н. Щербина считал, что виртуальность — это состояние присущей человеку деятельности, ее особый способ осуществления, предполагающий выход индивида за рамки своей телесной данности [Щербина В.Н., 2001].

Появилось и понятие кибервиртуальности. А.А. Петренко-Лисак понимает кибервиртуальность как электронно-технический тип виртуальности, который представляет собой результат технического творчества социальных субъектов с использованием компьютерной техники и технологий и информационно-коммуникативных технологий [Петренко-Лисак А.О., 2007: 1, и далее]. Причем, осваивая кибервиртуальную среду, человек привносит в нее себя самого, собственное состояние и направленность своего сознания. Такое организующее начало является существенной характеристикой, которая определяет не только целостность, но и своеобразность кибервиртуальности. Непосредственным источником, стимулом оформления пространства кибервиртуальных отношений выступают интуиция, интеллект, память, воля, креативность как проявления интенциональности человеческого сознания. Структура кибервиртуального пространства полностью отражает человеческие рациональные интенции и коммуникативные формы выявления ценностных и социентальных ориентиров. Соответственно, структура кибервиртуального пространства как среды, которая имеет свою протяженность, метричность и структурные единицы, представлена и выражается в сознании индивидов именно как пространство.

В развитии информационных технологий в конце 90-х гг. наблюдался качественный прорыв, связанный с активным распространением новых форм передачи и восприятия данных, получивших название «технологии виртуальной реальности». «Виртуальная реальность», как считал В.Емелин, лавинообразно охватывая все новые и новые сферы, становится своего рода символом действительности информационного общества. Он выводит определение виртуальной реальности, как организованного пространства симулякров — «отчужденных знаков», которые в отличие от знаков-копий фиксируют не сходство, а различие с референтной реальностью. На основе такого понимания полагается, что в противоположность актуальной действительности, выражающей целостность, стабильность и завершенность, виртуальная реальность является источником различия и многообразия, воплощением возможности творческой, генерирующей деятельности, и по сути имманентна самой структуре бытия.

То есть потребность в создании виртуальной среды всегда была присуща человеку и даже находила воплощение в тех или иных формах, но только с развитием информационной и электронной техники и утверждением сопутствующего этим процессам постмодернистского мировоззрения, человек наиболее близко подошел к ее воплощению, тем самым сделав виртуальность вполне реальной. Новейшие компьютерные и сетевые технологии уже позволяют вести речь о создании особого виртуального мира — киберпространства, в котором реализуется эффект полного присутствия путем сочетания графической динамики с возможностью непосредственного воздействия на события. Киберпространство — это специфическая сфера информации, являющая собой по сути альтернативу материальному миру. Учитывая, что киберпространство предполагает возможность непосредственных контактов с другими виртуально трансформированными субъектами, по новому встает проблема коммуникации, которая приобретает весьма амбивалентный характер ввиду расщепления самости индивида на две ипостаси — реальную и виртуальную. Но главная проблема, возникающая в результате активного использования виртуальных технологий, заключается в вытеснении социальности симуляцией, что имеет место в случае полного ухода индивида в киберпространство от всех тревог и несовершенства реального мира. Подводя итог анализу технологий виртуальной реальности, В.Емелин приходит к заключению, что избежать опасностей, связанных с их использованием, можно только путем недопущения трансформации симуляции из деятельности, способствующей рождению новых реальностей, в действия заслоняющие, маскирующие и, в конечном счете, вытесняющие события настоящей жизни [Емелин В.].

Виртуальные миры могут быть совершенно не связаны с реальностью, за исключением опять-таки неявно присутствующего наблюдателя, который осуществляет процесс взаимодействия с виртуальным миром и соотносит этот виртуальный мир со своим представлением о реальности. С.Н. Коняев полагал, что наиболее адекватная классификация виртуальных миров возможна при выборе в качестве критерия классификации связи данного виртуального мира с понятием наблюдателя. Наблюдатель, помещенный в костюм виртуальной реальности, существенным образом изменяет границы своего тела. При чем для наблюдателя реального, не имеющего возможности наблюдать виртуальный мир, наблюдатель в костюме виртуальной реальности предстает виртуальным (ненаблюдаемым) наблюдателем. Сам же этот наблюдатель, функционирующий в виртуальной реальности, оставаясь реальным для себя, может совершенно реальным образом воспринимать виртуальную среду. Более того, он может осуществлять реальную деятельность в виртуальном мире. Например, он может совершенно реально «пожать руку» наблюдателю, находящемуся в костюме виртуальной реальности на другом конце Земного шара. Таким образом, рассматривая компьютерную виртуальную реальность, мы приходим к необходимости обобщения понятия границы наблюдателя. Частным случаем такого обобщения является расширение границ тела наблюдателя, работающего с манипуляторами. Виртуальная компьютерная реальность, ее техника и технологии в методологическом плане приносят мало принципиально нового к понятию границы биологической системы, при этом с

точки зрения наглядности и «модельности» эти новые миры «виртуально овеществленной» человеческой фантазии весьма интересны для современного междисциплинарного исследования [Коняев С.Н., 2000].

Параллельные виртуальные миры кладет ныне в свои основания наиболее интересная и интенсивно разрабатываемая сейчас так называемая третья, «многомировая», интерпретация квантовой теории — Эверетта-Уилера, в которой каждая актуализация, реализация квантовой вероятности дает расщепление существовавшей (до этой реализации) вселенной на две (или более) параллельные вселенные, в каждой из которых имеют место, реализованы все теоретически допустимые — вероятностные возможности. И.А. Акчурин отмечает, что квантовая теория (вместе с теорией относительности) — наиболее глубокий и устойчивый фундамент всего нашего современного научного понимания мира. Но это чисто онтологический аспект концепции возможных, виртуальных миров. Не менее интересен и аспект чисто гносеологический, теоретико-познавательный. Ведь именно этот, наиболее волнующий всякую философию аспект в наши дни также почти всегда связан с виртуальными мирами. Наиболее общий — универсальный и всем доступный параллельный (виртуальный) — мир создает, конечно же, в определенном смысле философская наука; своими категориями прежде всего. И любой мыслящий человек, решая любую сколько-либо важную для него проблему, — сознательно или совсем не думая даже об этом — всегда «работает» своей головой в некоем таком, может быть, очень специфическом (а иногда даже и совсем патологическом) параллельном мире. Тем более, что современные компьютеры уже могут в наши дни с помощью специальных программ реализовать на экране дисплея почти любой фантастический виртуальный мир во всей его красочности и динамике — и даже более того: специальные очки и механические устройства, одеваемые на глаза, руки, ноги и т. д. и управляемые компьютером, создадут полную иллюзию жизни человека-оператора в этом параллельном мире. Многие психологи и социологи видят в этом грядущее решение таких острых проблем человечества, как растущее во всех странах число убийц-садистов и сексуальных маньяков, ничем не мотивированный вандализм — в том числе и спортивных фанатов, повышение «качества жизни» широких народных масс и т. д. Виртуальные миры являются «следующим фундаментальным приближением» в нашем понимании того, как же «на самом деле» происходит процесс человеческого познания — не только как скучная последовательность чисто логических, необходимых шагов левого полушария, а с постоянным «включением» в этот процесс и другого, правого полушария мозга, способного по относительно небольшому количеству информации сразу же строить яркую целостную картину познаваемого — с большим количеством новых и часто очень неожиданных деталей. Виртуальные, параллельные, миры учат нас, таким образом, практически, реально работать с принципиально новыми структурами мира Идеальных объектов — структурами монтажа, гипертекстов, пресловутого «заппинга», когда даже каждый из нас, переключая по несколько раз дистанционным пультом довольно многочисленные даже у нас телевизионные каналы, создает свой собственный особый виртуально-телевизионный мир, например сегодняшнего вечера. Но произвольно сопоставить друг с

другом (как-то «играючи» смонтировать) различные тексты или изображения можно отнюдь не всегда: вот здесь-то и выдвигается на первый план нашего анализа еще одно важнейшее понятие методологии виртуальных миров — понятие когерентности. И.А. Акчурина пишет, что родившись в конкретном разделе физики — волновой оптике — и означая там необходимое условие появления всякого устойчивого изображения — постоянство фаз волновых процессов, приходящих в данную точку, — оно претерпело в последние годы совершенно фантастическое обобщение. Возможные (виртуальные) миры неизбежно появляются как наиболее наглядный, доступный сейчас почти каждому человеку способ проверки обобщенной когерентности формирующихся новых структур организации Друг с другом, а также и с уже существующим миром (или даже с возможными теленомическими воздействиями некоего будущего мира на наше теперешнее настоящее). Именно обобщенная когерентность является «движущей силой» всякого нового «монтажа» друг с другом объектов, ранее никогда не считавшихся близкими (как в приведенных выше хрестоматийных примерах), а это и есть высшая Свобода раскрытия того поразительного единства Бытия, которое ныне мы еще только начинаем осмысливать с помощью совершенно новых математических онтологий. В самой общей форме — как итог гносеологических изысканий — концепция «виртуальных» (возможных) миров сейчас представляется как некоторый особый систематический метод выявления свойств «целостности» («тотальности») интересующей нас теоретической конструкции — то, что является определенной методологической противоположностью и «компенсацией» традиционно расчлняюще-аналитического подхода «Западной» науки Нового Времени. Преодоление этого действительно одностороннего аналитически расчлняющего метода научных исследований в Европе Нового времени тем самым становится не только предметом очень общих, а потому совершенно неконструктивных, практически бесполезных рассуждений, но и делом совершенно конкретным: систематическим построением все новых и все более интересных и оригинальных в динамическом плане виртуальных миров [Акчурина И.А., 2000].

В.М. Розин считал, что в последние годы развитие информационных технологий позволило создать технические и психологические феномены, которые в популярной и научной литературе получили название «виртуальной реальности», «мнимой реальности» и «ВР-систем». Внешний эффект состоял в том, что человек попадал в мир или весьма похожий на настоящий, или предварительно задуманный, сценарированный программистом, или, наконец, получал новые возможности в плане мышления и поведения. Наиболее впечатляющим достижением новой информационной технологии, безусловно, является возможность для человека, попавшего в виртуальный мир, не только наблюдать и переживать, но действовать самостоятельно. Собственно говоря, человек и раньше мог, причем достаточно легко, попасть в мир виртуальной реальности, например, погружаясь в созерцание картины, кинофильма или просто увлеченно поглощая книгу. Однако во всех подобных случаях активность человека была ограничена его позицией зрителя или читателя, или слушателя, он сам не мог включиться в действие как активный персонаж. Еще одно представление, вызывающее споры, — это понимание



виртуальной реальности как имитации обычного мира, обычных впечатлений и переживаний от событий этого мира. При этом выступающие, по сути дела, имели в виду всего один из видов виртуальной реальности — имитационные. Однако существуют и другие виды виртуальных реальностей — условные, прожективные и пограничные. При создании имитационных виртуальных реальностей речь действительно идет о разработке программ и технологий полноценной имитации различных действий или форм поведения (жизнедеятельности), внешне, психологически для человека не отличающихся от соответствующих реальных действий или ситуаций. К прожективному классу виртуальных реальностей относятся все реальности, созданные, спроектированные, исходя из некоторых идей. Это могут быть простые фантазии или, напротив, идеи, основанные на определенных знаниях или теориях. Важно не то, чтобы виртуальная реальность напоминала собой чувственный мир и реальные переживания человека в нем, а чтобы соответствующие идеи были воплощены полноценно, чтобы человек оказался в мире, отвечающем этим идеям, каким бы странным он ни был. Наконец, последний тип VR можно назвать пограничными виртуальными реальностями, они представляют собой сочетание обычной реальности с виртуальной. Их создание позволяет «расширять сознание» специалиста, вооружая его «видением» и знаниями, которыми он актуально здесь и сейчас не может обладать [Розин В.М.].

Виртуализация реальности признается естественным и необходимым механизмом нормального познания, направленным на приобретение знаний, понимание и объяснение, а также предсказание явлений окружающего мира. В основном этот процесс осуществляется в правом полушарии головного мозга, а свое логическое оформление и обоснование, аналитическую последовательность и непротиворечивость получает в левом полушарии. Научное исследование и использование современных технологий multimedia может явиться мощным инструментом для раскрытия эвристических и творческих возможностей головного мозга, так как эти технологии позволяют развивать интуитивные способы познания реальности, потенциально заложенные в мозге, но подавляемые логической доминантой современной культуры [Баксанский О.Е.].

А.В.Назарчук считает, что виртуализация проявляет себя, в отличие от распространенного представления, не в том, что нечто материальное становится имматериальным, дела обстоят с точностью до наоборот: то, что прежде было виртуальным, начинает материализоваться. В социальной жизни это проявляется в институционализации социально-коммуникативных функций. На определенном этапе эта институционализация медиумов информации может пойти так далеко, что по своей значимости начинает превосходить вес и значение других, более бедных коммуникацией подсистем. Поскольку понятие виртуальной революции остается в своих основных чертах размытым, он очерчивает его эмпирическую область значений. 1. Взрывной рост «оцифрованного мира»: от «цифровых продуктов» до технологии последнего поколения вообще, основанной на сложной вычислительной технике. Программная автоматизация и контроль сокращают затраты и ускоряют обмен огромными объемами коммуникации. Иллюстраци-

ей могут служить программы «электронного правительства», благодаря которым реализуется мгновенный обмен, обслуживание или контроль информации между госучреждениями на территории всей страны и за ее пределами. Человек освобождается от рутинной «функциональной» коммуникации и получает возможность в большей степени отдать себя коммуникации творческой. Важный эффект «виртуальной революции» заключается также в замене традиционных способов коммуникации и управления, требовавших физического контакта, удаленными интеракциями. Стремительно развиваются электронный бизнес, организация телеработы, электронный документооборот.

2. Динамичность и гибкость новых институциональных структур общества. «Будущее принадлежит переносимому производству (outsourcing), децентрализованной организации и поточному производству (workflow), — утверждает Й. Браунер, — т.е. сетевым, универсальным предприятиям, виртуальным организациям в виртуальных мирах». В работе «Кибернетическое общество» он пытается проанализировать совокупность особенностей, придающих новым формам организации предприятий особую жизнеспособность и экономическую эффективность: виртуальные предприятия и их сети организованы партнерски, неиерархично; в качестве предприятий-сетей они могут стремительно изменять свою величину, направления и стратегию деятельности; они интерактивны, менее бюрократичны, способны реализовывать более открытую и оперативную коммуникацию внутри и вовне; эти компании — не более, чем сгустки интеракций; в них открывается большее пространство инициативе и творческой мотивации [Brauner J., Bickmann R., 1996: 58; по Назарчук А.В., 2002]. Предприятия «новой экономики» отказываются в своей деятельности от традиционных парадигм экономического поведения, ориентированных на стабильность, неизбежность, иерархию, застывшую организационную структуру.

3. Доминирование средств массовой информации. Масс-медиа перестают быть «средством», напротив, средством становится то, что совершается вокруг них. Доступ и постоянное приобщение к медиа-информации является для современного человека необходимым условием интеграции в динамично изменяющуюся, разобленную вследствие своей полифункциональности жизнь общества. Это касается процессов участия в управлении обществом, досуга и даже потребления, которые являются в значительной части медиа-процессами (выборы, развлечения, реклама).

4. Виртуализация капитальных ресурсов. Поскольку информация в современном обществе становится основным капитальным ресурсом, который приводит в движение остальные ресурсы, последние сами обретают свойства и «темпы» жизни информации. Существенная трансформация происходит в подсистеме деньги-капитал. Деньги, как и ценные бумаги, являются информацией об обмениваемых материальных ресурсах и поэтому все более становятся виртуальными транзакциями, свободно пересекающими планету. Их движение, в особенности учитывая растущие размеры эмиссии электронных денег, в определенной степени самостоятельно и свободно. Виртуальные деньги способны стремительно перемещаться от рынка к рынку, от одних бирж к другим. Превращаясь в стихийную массу, они оказываются подвластны тончайшим настроениям биржевой паники. Легко «надувая» экономики и еще стремительней «убегая» из стран, спекулятивные денежные потоки

дестабилизируют внутренние рынки, приводя к тяжелым финансовым кризисам. Виртуальность предоставляет человечеству новые степени свободы. Но это означает и появление новых рисков, связанных с более стремительной динамикой социальных институтов и связанной с этим утратой способности предвидения, расчета, контроля. Попытка взять те явления, которые скрываются за «новыми тенденциями», за парадигму и масштаб научной концепции общества вызывают обоснованную критику [Назарчук А.В., 2002].

С точки зрения социальной психологии рассматривала проблемы интернета Е.П. Белинская. Она выстроила модель аргументации относительно субъектности человека в мире информационных технологий. Аргументы «pro», принадлежат, как правило, тем исследователям, которые апеллируют к описанию феноменологии Интернет-коммуникации. Отмечается, что в силу ряда своих объективных характеристик виртуальная коммуникация задает для пользователя максимальные возможности в самоопределении и непосредственном самоконструировании. Иными словами, особенности Интернета позволяют пользователю экспериментировать с собственной идентичностью, создавая «виртуальные личности», которые часто отличаются и от персональной идентичности, и от реальной самопрезентации пользователей. Психологический анализ данной феноменологии в основном центрирован вокруг проблемы мотивации подобных «игр с идентичностью». Он исходит из некоей общей посылки: Интернет обеспечивает человеку возможность «убежать из собственного тела» — как от внешнего облика, так и от индикаторов статуса во внешнем облике. А, следовательно, и от ряда оснований социальной категоризации: пола, возраста, социально-экономического статуса, этнической принадлежности и т.п. Соответственно, утверждается, что именно возможным максимального самовыражения вплоть до неузнаваемого самоизменения является одной из распространенных мотиваций Интернет-коммуникации у наиболее активных ее участников. Другое обоснование позиции «pro» исходит не столько из технологических, сколько из социальных особенностей Интернет-среды. Сегодня, в отличие от ранних исследований Интернета начала 90-х г.г., «пространство» Интернет-коммуникации оценивается как социальная среда в силу многих причин. А именно — наличия специфического языка взаимодействия («смайликов», аббревиатур, удвоения глаголов, повышенной вербализации различных аспектов телесного опыта и пр.); специфических норм взаимодействия (допущения большей раскрепощенности, следовательно, — как большей агрессивности, так и дружелюбия); избирательной трансляции социальных стандартов (так, например, большая часть «виртуальных персон» наделяется атрибутами физической красоты и силы); социальной иерархии, в основе которой лежит возможность влияния на ход коммуникации (максимально это представлено в играх типа MUD). Но в отличие от обычной реальности, Интернет-среда характеризуется гораздо большей социальной неопределенностью — и в силу своей динамики, и в силу принципиальной безграничности, и в силу наличия большего разнообразия возможностей коммуникации. Иными словами — если бытие человека в социальном мире остается относительно структурированным, то его «виртуальная жизнь», не имея привычных рамок для самокатегоризации, ставит

необходимым условием существования решение задачи самоопределения, поиска идентичности. Однако существует ряд теоретических и эмпирических обоснований позиции «contra», ставящей под сомнение активность человека как субъекта информационного мира. Одно из сообщений этого рода состоит в утверждении компенсаторного характера Интернет-коммуникации в целом. Тогда даже такие внешне активные, субъектные формы поведения в ней как создание «виртуальных личностей» оцениваются скорее как репродуктивные, нежели креативные. Так, отмечается, что «виртуальная личность» может представлять собой реализацию «идеального Я»: абсолютно контролируемая и управляемая самопрезентация позволяет «воплотить», пусть только в пространстве виртуального общения, все недостижимые в реальности мечты о «себе хорошем». Но эта же «виртуальная личность» может быть и «плохой» — создаваемой с целью реализации свойственных человеку агрессивных тенденций, которые не могут реализоваться в обычном общении в силу их социальной нежелательности. Но и в том, и в другом случае «виртуальное Я» окажется ориентировано на некие нормативные образцы, а не будет являться собственным «творческим продуктом». Иными словами — «конструирование Я» в Интернете подчинено тем же ограничениям, что и реальное социальное конструирование личности. Другое обоснование позиции «contra» ряд исследователей находит в характере определенных технологических особенностей Интернет-коммуникации, в частности — ее возможной анонимности. В основе этой точки зрения лежит многократно доказанный социально-психологический факт деиндивидуализации поведения человека (и, следовательно, снижения его субъектности) в условиях анонимного взаимодействия. Наконец, последний ряд аргументов данной позиции связан с таким новым и практически не изученным феноменом, как Интернет-зависимость [Белинская Е.П., 2002].

Значительное место в исследованиях интернета уделяется виртуальным сообществам, которые по Х.Рейнгольду, являются социальными скоплениями, появляющимися в киберпространстве, когда достаточное количество людей в течение долгого времени обмениваются мнениями, участвует в дискуссиях, создавая сети личных отношений в интернете [The Virtual; по Рягузова Т., 2002: 108]. Часто эти сообщества продолжают функционировать в реальном мире.

Часть исследователей придерживаются точки зрения о негативном влиянии кибервиртуальности на человека. Например, Б.В.Потятинных считает, что открывается возможность создания виртуального двойника, который может вступать в игру с реальной личностью и выигрывать. Таким образом, увеличивается чувство неуверенности: утрачивается ощущение и критерии реальности. Формируется даже новое значение настоящего (в смысле, реального). Настоящая версия — это такая правдоподобная версия, которая получает преимущество в конкурентной борьбе с другими вероятными версиями [Потятиник Б.].

Таким образом, виртуальная реальность возникла задолго до появления информационно-коммуникационных технологий. Однако эти технологии позволили человеку расширить сферу виртуальной реальности, включить туда общение, отдых, работу. При помощи новых технологий в виртуальном пространстве можно путешествовать, зарабатывать

деньги, флиртовать, воевать, заниматься почти всем, что входит в сферу человеческой жизнедеятельности. При этом возникает множество проблем. Но уровень их изученности еще не позволяет делать выводы о масштабе и направлении изменений, которые вносит виртуальность в реальный мир человека.

#### **4.4. Особенности информации в информационном обществе**

Новый тип общества, непосредственно связанного с информацией, естественно диктует новые формы и приемы, подходы и понимание информационной работы. В наше время обыденная жизнь невозможна без широкого применения коммуникационных технологий, рабочее место и жилище человека буквально напичкано разнообразной коммуникационной техникой, без которой мы уже не мыслим своего существования. То есть мы живем в обществе, основанном на информации, мы существуем в своеобразной информационной среде (ставшей средой нашего обитания) гораздо более насыщенной и осязаемой, нежели несколько лет назад.

Эти изменения дали основания немецким ученым для вывода о том, что мы живем в медиа-обществе. То есть медиа находятся в центре внимания государства и общества, они пронизывают все сферы общественной жизни и предлагают каждому стартовую площадку для участия в социальной коммуникации от местного до мирового масштаба. Масс-медиа сегодня присутствуют везде: в политике и экономике, на работе и отдыхе, в образовании и искусстве, в публичной и частной сферах. Люди большую часть жизни, наряду со сном и работой проводят, вовлеченными в процесс массовой коммуникации. Появляются новые медиа, которые дополняют традиционные. Все это приводит к значительным изменениям медиа-ландшафта, причем если раньше на такие изменения уходило десятилетия, а то и столетия, то сейчас всего несколько лет [Публицистика, 2007: 47].

Бурные изменения дают основания даже выдвигать тезис о пост-журналистской эре. В. Висс отмечает, что журналистика от информационной перегруженности становится иррелевантной. Хотя, с другой стороны, эта же «информационное загрязнение» повышает роль журналистики как навигационной помощи для аудитории. Выделяются тенденции технизации и коммерциализации журналистики. Одним из признаков информационного общества является то, что экономические, политические, культурные объединения измеряют свой успех тем, насколько им удастся привлечь к себе внимание общества и насколько позитивный образ они при этом формируют. Формирование привлекательного имиджа становится делом выживания. Это в совокупности с новыми техническими возможностями ведет к эксплозивному увеличению коммуникации и ее концентрации, резкому увеличению скорости циркуляции информации в обществе. Ускорение в свою очередь требует от журналистов в контексте конкурентной борьбы еще большего стремления к актуальности и эксклюзивности, что означает со-

кращение времени для селекции, обработки и проверки информации. Возникает опасность инструментализации, то есть превращения журналистики в инструмент для заинтересованных групп и структур. Эту опасность усиливает присутствие на рынке все большего количества профессиональных коммуникаторов (ПР-служб, рекламных агентств и т.д.). К этому добавляется интерактивность, которая, с одной стороны, дает возможность пользователю активно отбирать информацию для просмотра, с другой, лишает журналистов функции гейткиперов, т.к. информацию можно распространять и без посредничества масс-медиа. Тенденция коммерциализации знаменует усиление экономического влияния на структуру и функции журналистики. Это подчиняет журналистов диктату тиражей и рейтингов, особенно в условиях повышения конкуренции. Такая журналистика становится менее ответственной перед обществом и игнорирует свою общественную миссию. Она ориентируется на тех, кто может платить (так как на них в первую очередь обращено внимание рекламодателей). Это может привести к появлению групп, интересы которых будут игнорироваться масс-медиа. Как реакция на усиление технического и экономического императивов предлагаются два параллельных идеально-типичных направления развития. С одной стороны, это технически детерминированная инструментальная журналистика, которая отбирает в гигантских массивах информации нужные сведения для передачи целевым группам заинтересованных пользователей. С другой, ориентационная журналистика, которая в условиях информационного взрыва помогает аудитории в социальной ориентации [Висс В., 2001: 243-248]. Естественно, это только базовые модели, между которыми могут быть несколько промежуточных вариантов.

Спецификой нового информационного пространства, по мнению С.Н. Коняева, является существенная децентрализация информационных массивов. Специальные серверы (мощные компьютеры) предназначены для ежедневного перекачивания информации, создания так называемых информационных «зеркал», позволяющих дублировать и таким образом делать доступными для пользователей сети информационные массивы, находящиеся на удаленных «сайтах» (серверах). Виртуальные образы, «создания» (или «творения»), программы, существуют в Сети относительно независимо от человека (с известной степенью независимости, конечно, так как сеть существует, пока существуют энергоинформационные ресурсы поддержания этого существования — электроэнергия, ремонтные и административные службы). В отличие от печатной продукции электронные издания обладают способностью самоорганизации за счет специальных программ, называемых интеллектуальными агентами, которые способны автоматически осуществлять поиск информации и, что более важно, генерацию связных текстов из найденных информационных массивов. Специфика новой информационной среды позволяет создавать гипертекстовую структуру представления информации. Гипертексты, усиленные интеллектуальными агентами, при наличии децентрализации глобальной Сети позволяют реализовать активный процесс чтения (и, вообще говоря, написания) текста, когда читатель выбирает нужную информацию и встраивает в нее свои тексты, заметки, соображения, оставляя получившийся гипертекст «открытым»,

доступным для прочтения и дополнения другим пользователям [Коняев С.Н., 2000].

В мире, по мнению Я.Н. Засурского, происходят три важных процесса в обмене информацией. С одной стороны — это глобализм, или глобализация, то есть быстрый обмен информацией со всем миром. С другой стороны, благодаря тому же интернету, возможно развитие малых местных структур. При этом современные глобальные сети не только объединяют, но одновременно дают возможность для приватности и создания малых сетей и малых групп. И, наконец, третья особенность современного развития — это технологизм, особая роль новых технологий в развитии общества. Интернет, по мнению российского ученого, — это новое пространство, прежде всего, информационное, это новое средство информации, с одной стороны, — индивидуальной, с другой — массовой. Говоря о взаимоотношениях информационного общества и новых средств массовой информации, следует обратить внимание на три основных аспекта. Первый — возможности средств массовой информации на современном этапе развития информационно-коммуникационных технологий и интернета. Второй — традиционные средства массовой информации в условиях «интернетизации». Третий — новые масс-медиа или новые средства массовой информации. Важным аспектом становится глобализация: любая газета, представленная в интернете, становится глобальной, даже очень небольшая. Во Владимире издается газета «Молва». Ее тираж 8000 экземпляров, но она представлена в интернете. Количество посещений — 80 тысяч из 35 стран. Таким образом, владимирская газета фактически стала глобальной [Засурский Я.Н. а, 2001: 24-27].

Международная федерация журналистов в своем обобщающем документе об информационном обществе отмечало, что сегодня мы находимся в эпицентре коммуникационной революции, которая радикально изменит наш образ жизни и работы. Однако, ни население, ни социальные институты, ни большая часть делового мира к новым технологиям по-настоящему не подготовлены. Три кита информационной революции являются телефон, телевизор и компьютер. Они стали мотором перемен благодаря трем технологическим новшествам. Во-первых, цифровая технология. Вторая революция коснулась линий связи. Использование опτικο-волоконного телефонного кабеля на главных телефонных магистралях планеты позволяет одновременно передавать миллионы звуковых сообщений по одному лишь волоску кабельного пучка. Третьим и ключевым элементом, приведшим информационную революцию практически в каждый дом, стало стремительное падение стоимости компьютерной технологии. Вот некоторые из потенциальных преимуществ: значительное увеличение числа информационных каналов, доступных гражданину, что резко повышает уровень плюрализма; повышение экономической активности и как следствие больше рабочих мест для журналистов и других профессионалов средств информации; новые возможности выполнения информационной миссии средств информации в обществе и повышения качества журналистики. Если не будет принят сбалансированный подход, то при своем возникновении информационное общество может обзавестись рядом нежелательных черт. Это усиление концентрации власти и богатства в метрополии, ус-

губление изоляции людей на периферии и расширение разрыва между богатыми и бедными; еще большая концентрация средств информации и чрезмерное влияние глобальных информационных и коммуникационных групп на политические институты и общественное мнение; господство в средствах информации коммерчески ориентированных игровых шоу, бульварного телевидения, смакующего сенсации и насилие, засилье рекламы и телемагазинов [Информационное Общество].

В.И. Сапунов рассмотрел влияние массово-коммуникационного процесса на аудиторию в культурном аспекте и в контексте теорий информационного общества. Были сделаны следующие заключения. 1. В «иррациональном» постмодернистском информационно-культурном пространстве очевиден доминирующий рациональный дискурс капитала. Информационно-культурное поле испытывает жесткое давление неолиберального монопольного капитала и подчиняется его логике. Это ставит под сомнение тезисы об усиливающейся самореферентности коммуникантов и во многом объясняет уменьшение качественной продукции, главным образом, публицистики и документалистики и увеличение коммерческо-деполитизирующей массовой информации. 2. Технологически-коммуникационное разнообразие современного информационно-культурного пространства не означает реального дискурсного плюрализма. Дискурсивный режим, подчиненный логике неолиберального капитализма, стандартизирует и унифицирует контент, предназначенный для различных групп аудитории. С демассификацией связывались надежды в плане преодоления зависимости от массовой культуры. Либерально-технократическая точка зрения предполагала, что развитие техники коммуникаций в ближайшем будущем исправит изъяны массового духовного производства, создаст «интерсубъективный» мир культуры. Особенно большие надежды возлагались на кабельно-спутниковое телевидение и видеопродукцию, которые должны были диверсифицировать информационные потоки и вместо программ, рассчитанных на усредненного зрителя, предлагать более индивидуализированные. Однако монополизация масс-медиа, создавшая ситуацию, когда кабельные и спутниковые технологии, видеопродукция находятся практически в тех же руках, что и традиционное эфирное телевидение, разрушила эти надежды. 3. Разнообразие информационных технологий можно рассматривать в контексте теории А.Грамши о поддержании гегемонии. Капитализм должен постоянно увеличивать рынки, жанры, стили и культурные объекты, чтобы вовлекать потребителей в необходимую линию поведения. Исходя из этого, неолиберальное информационно-культурное поле видится как очередная стадия борьбы за гегемонию. Требования неолиберального постмодернистского рынка и децентрализация субъекта предусматривают необходимость большего разнообразия. Это разнообразие просто требует больших жертв и усилий для формирования коммуникационного «мэйнстрима», но, с другой стороны, разделение аудитории на «фрагменты» позволяет разобщать ее, затруднять поиск общих социальных и культурных целей. С другой стороны, — социалистические ценности являются главным объектом «недопуска» в сферу гегемонии западного буржуазного общества. 4. На постмодернистском рынке обращаются образы, а не реальные вещи. Физический объект рекламы



перестает быть означаемым и становится означающим по отношению к рекламируемому образу. В структуре рекламы коммуникационный компонент подавляет информационный. Рынок образов приводит к тому, что «единичная» потребность предпринимателя в продвижении своего товара на рынке в условиях конкуренции соединяется с общественной потребностью буржуазии в консолидации общества (обеспечении своей культурной гегемонии). Поэтому в буржуазном информационном обществе идеологическая роль рекламы приобретает особую важность. Тенденция доминирования имиджевой рекламы над содержательной подтверждает это. Масс-медиа очеловечивают пропаганду суперпотребления, дают на людей океаном улыбок и счастливых лиц, пропагандой соответствующего стиля жизни — раскрепощенности, всеобщего удовольствия, эпикурейства. Этика скромности потребления задвигается далеко на задний план. 5. Неолиберальная массовая культура направлена на разрушение высших ценностей и нравственных идеалов. Присутствие высших ценностей само по себе означает известную готовность к жертвенности и соответствующую нравственную мобилизованность. Гедонистическая направленность содержания масс-медиа демобилизует сопротивление аудитории, подчиняет ее мышление краткосрочным интересам потребления, разрушает пространственно-временную координацию индивидов и целых наций. «Непотребительские» ценности — бескорыстие, жертвенность, взаимопомощь, подвиг осмеиваются, унижаются и уничтожаются. 6. Информационные технологии в контексте неолиберальной глобализации усиливают отчуждение человека от средств массовой коммуникации. Главными признаками этого процесса являются атомизация людей и интенсификация суррогатного общения. 7. Информационная глобализация не снимает проблемы транснационального культурного империализма [Сапунов В.И., 2005: 6-17]. Ярko идеологический подход автора не снимает проблем, названных им.

Сейчас все труднее и труднее становится разобраться в том информационном потоке, который постоянно «сыплется» на нас со всех сторон. Е.В. Кокоткин считает, что происходит колоссальное перенасыщение информацией, где побеждает тот, кто первым объявляет новость, зачастую даже не важно, насколько она соответствует действительности. Уже сейчас одна и та же новость, донесенная до аудитории посредством разных носителей, может обрастать прямо противоположными подробностями, которыми наперебой пестрят газетные (журнальные и другие) страницы и телепередачи. Нужно сказать о том, что потребность в информации для различных социальных групп различна и зависит от многих факторов, начиная культурным и образовательным уровнем и заканчивая экономическим положением. Вследствие этого возникает парадокс «изобилия/нехватки» информации. С одной стороны, благодаря достижениям «информационного общества» информацией заполнено буквально все, а с другой стороны, растет и число тех граждан, которые вследствие этого изобилия не могут разобраться в этом потоке, в котором благодаря наличию стороннего шума очень трудно сориентироваться. Отчасти засилье развлекательных блоков в масс-медиа обусловлено и тем, что в последнее время уровень моральных установок, которых должны придерживаться медиа постоянно падает. С одной стороны, в погоне за рейтингом масс-медиа постоянно «выкидывают» на рынок все

новые проекты, которые сдвигают планку морально допустимых границ еще ниже, а с другой стороны, ни для кого не секрет, что формирователем рейтингов является та же потенциальная аудитория и любое масс-медиа прежде всего опирается на вкусы и предпочтения потребителей. Инфортейнмент полностью поглотил остальные процессы, принадлежащие информационному обществу в области дальнейшего влияния информации на общество, а также процессы отбора и интерпретирования информации. В связи с этим думается возможным предположить в ближайшем будущем становление новой эпохи — эпохи «электронного общества», общества, завязанного на электронных технологиях, информации в электронном виде. В качестве аргументов, выступающих в защиту данного предположения, можно выделить следующее: 1. Наличие технических предпосылок. Появление и массовое распространение оборудования, позволяющего организовать интерактивность на уровне «пользователь информацией» — «поставщик». 2. Повсеместное распространение интерактивных развлекательных (и даже информационно-аналитических) служб; 3. Бурное развитие сети интернет, постепенное привыкание к платному электронному контенту, защищенному авторскими и иными правами; 4. Постепенное отвыкание от пользования бумажными версиями газет, журналов, даже книг, развивающийся выпуск электронных книг, подписок на электронные версии журналов и газет; 5. Обращение «электронной» наличности, доступные способы обмена «электронных» денег на «наличные»; 6. Отдельно взятый человек при прочих равных условиях может с легкостью выстроить коммуникационную цепь с другим человеком в другой стране, находить собеседников по всему земному шару и не здороваться с соседом; 7. Небывалый пик популярности блогов [Кокоткин Е.В., 2005: 71-73]. Подобный негативный прогноз имеет право на существование. Однако, практика развития масс-медиа показывает, что не наблюдается катастрофического падения тиражей и переход аудитории к масс-медиа. Популярность новых медиа не ведет к исчезновению старых.

Интересный подход к формированию общества знаний продемонстрировал Г.Маркль. Он считал, что путь от медийного общества к обществу знаний — это путь от информации к значению, от восприятия к оценке. То есть знание — это оцененная в соответствии со значением информация [Markl H., 1997; по Этика..., 2003: 245, и далее]. По Г.Марклю, информационное общество переходит в общество знаний, т.к. неизбежно встает на герменевтический и оценивающий путь. При этом важное значение имеет оценка, классификация и упорядочение данных. Во многих сферах информация претерпевает трансформацию в знание. При этом знание находится в распоряжении специалиста. Дилетант тоже может наткнуться в интернете на интересные документы, однако он не может оценить их достоверность и часто становится жертвой обмана. Таким образом, возможности доступа к знанию существенно улучшились. Но при этом статус знаний отдельного человека выглядит по-другому. То есть общество разделяется на информационную элиту и информационных париев. Причем количественное потребление ими информации играет только подчиненную роль. Главное остается за компетентностью, и именно ее не хватает париям. Медийные же технологии остаются только инструментами, которые требуют управления. Сами по

себе они не обеспечивают рост знаний. Клапп в 1982 г. установил, что при росте информации количество решений остается неизменным. То есть мы знаем не больше, чем предыдущие поколения, но у нас лучшие возможности для выбора знаний. При этом сознание человека, по мнению Г.Маркля, действует как фильтр, который защищает человека от затопления информацией. Конечное определение общества знаний предлагается как способное на решение информационное медийное общество, которое посредством притязаний на истину и лучшее знание медийных средств может избежать опеки, но которое пытается внимательно использовать все богатство предложений знаний и инициатив медиа. Отмечается также усиления информационного отрыва, т.е. размежевания культур мейнстрима (первого мира) и маргинальных. Культурная гегемония первого мира и унификация культур привели, в том числе, и к деструктивным националистическим, этническим и религиозным эксцессам, которые перерастают в войну культур. Еще один момент связан с тем, что усиление медиа не приводит к усилению ответственности, а скорее к вуайеристическим тенденциям. Рост медиа не спланирует, а скорее разобщает аудиторию, каждый из сегментов которой имеет возможность выбрать себе информацию по душе. Одновременно медиа порождают огромное количество однотипных материалов на разных каналах. Стандартизация, ориентация на средний вкус ведет к преодолению информационного плюрализма. Одновременно большое количество информации попросту не находит пользователя. Рынок информации не дает материала для самообразования и не порождает больше индивидуальности. Тот, кто обращается к медиа, уже принимает определенные стандарты, унифицируется.

Важным моментом являются проблемы управления обществом, реорганизации форм и методов социального контроля. При этом наблюдается переход из административного в коммуникационное поле [Ситников А.П., Гундарин М.В., 2003: 122, и далее]. То есть власть действует коммуникативными методами, чтобы подтолкнуть индивидов на лояльные действия, которые она не может достичь административным путем. При этом медийная система становится центром социального организма, во многом обеспечивая его целостность и жизнеспособность. А.П. Ситников и М.В. Гундарин называют постоянное и повсеместное воспроизведение системы существующих в обществе отношений основной функцией массовой коммуникации. Даже если значение масс-медиа несколько преувеличено, все равно усиление медийной составляющей политики и государственного управления несомненно. При этом дискурсы власти уступают место власти дискурса, под которым понимается власть медийного пространства над пространством социальным.

Владеть информацией означает обладать властью, поэтому социальная борьба в большой мере содержит борьбу за информацию и контроль над ней. В зависимости от степени демократизации И.А. Негодаев выделяет распределение информации либо централизованное, либо децентрализованное. Централизация обеспечивает выбор социально значимой для данного общества информации и ограничивает доступ к части этой информации. Издержками жесткой централизации являются опасная тенденция к однородности и догматизму и унификация получаемой информации, что ведет стереотипу мышления. Государственный

аппарат при этом получает возможность варьировать информацию, преследуя определенные цели. Раскрытие информации — важная социальная проблема, которая по мере информатизации общества становится все более значимой. Содержание этой проблемы сводится к тому, что в обществе должны быть созданы возможности как для нахождения конкретной раскрываемой, т.е. предающей гласности, информации, так и публичного и свободного доступа к ней в определенное время и за доступную членам общества стоимость. Процесс раскрытия информации включает в себя два этапа: сбор раскрываемой информации и обеспечение доступа к ней, ее распространение. Но при этом имеется в виду раскрытие информации о деятельности организаций, а не частных лиц. Максимальная защита конфиденциальности информации частного характера должна сочетаться с максимально свободным доступом к той информации, которая считается публичной. Таким образом, информация должна быть открытой сверху (для граждан) и закрытой снизу (о гражданах) [Негодаев И.А., 1999].

По мнению Г.Г.Почепцова, когда работа с информацией/знаниями стала одной из производительных сил общества, появились страны (типа Японии), которые строят свое экономическое благополучие в значительной степени используя эту сферу [Почепцов Г.Г., 2001: 25, и далее]. Конец двадцатого века вывел процессы коммуникации на новый уровень, когда в них в значительной степени оказались заинтересованными государства, особенно в военной области. Г.Г. Почепцов ведет речь идет о феномене информационных войн (операций). Войны аграрного периода велись за территории, войны индустриального периода — за средства производства. Войны информационного века будут вестись за средства обработки и порождения информации/знаний. Приводится мнение американского военного аналитика Т. Томаса, который суммировал набор угроз, вытекающих из данного развития информационных технологий [Thomas T.L., 1996-1997]. Это: информационные технологии представляют опасность для всех стран; при этом отсутствуют легальные механизмы противодействия им, одобренные всем международным сообществом; возникновение новых методов манипуляции восприятием, эмоциями, интересами и выбором, доступность больших массивов информации для всех (включая террористов). Г.Г. Почепцов считает, что к информационной войне современный мир подталкивает и глобализация современных масс-медиа, которые постепенно становятся равноправными участниками принятия решений. Возник так называемый «эффект CNN», который образуется, когда приоритеты коммуникативного канала начинают диктовать условия политикам и людям, принимающим решения. Военные, в свою очередь, создали три списка угроз: список А — угроза выживанию, список В — угроза западным интересам (например, Персидский залив), список С — непрямое воздействие на западные интересы (например, Косово, Босния, Сомали и т.д.). При этом исследователи подчеркивают, что последний список находится в центре внимания масс-медиа в информационном веке. Не менее значимым, чем воздействие на противника, является влияние на дружественную или нейтральную аудиторию. Мир полон стереотипов, которые часто являются невыгодными для той или иной национально-

ти. Ведется активная борьба против подобных негативных представлений одной национальности в рамках массовой культуры другой.

При этом Г.Г. Почепцов отмечает, что информационное пространство серьезным образом искривлено за счет неравноценности источников его порождения: индустриально развитые страны заполняют большие объемы информацией о самих себе, чем это делают иные страны. Кроме того, они склонны потреблять информацию только о себе [Почепцов Г.Г. е, 1999: 7, и далее]. Кроме подобного тематического несоответствия, есть также неэквивалентность в объемах порождаемой информации. Например, Латинская Америка получает в десять раз больше новостей, чем импортирует. Вообще, информация связана с интерпретацией, то есть вместе с информацией мы получаем модель мира — источника сообщения. Усиленное развитие информационной составляющей общества одновременно делает его уязвимым именно в информационной сфере, что вызывает необходимость разрабатывать как средства информационного воздействия, так и информационного противодействия. Разрабатываются новые схемы контроля информации для условий информационного общества. Прямая цензура постепенно утрачивает свои позиции. Например, по некоторым данным [Young P., Jesser P., 1997: 182], во время войны в Персидском заливе цензуре было подвергнуто только 0,035 % сообщений, хотя при этом ее роль оставалась весомой. Не было ни одной фотографии подбитого американского танка, давались фантастические данные попаданий ракет «Пэтриот», которые были опровергнуты только через несколько лет. Специальные инструкции запрещали информационным журналистам делать самостоятельные интервью, показывать солдат в шоке, агонии, раненных, трупы [Clark T., 1997: 117]. К этому добавляются термины типа «хирургических бомбардировок», как бы преуменьшающие отсутствие жертв [Почепцов Г.Г. с, 1999: 31, и далее]. Манипулирование информацией явно присутствовало при войне в Ираке. Случай прямого обмана представляет выступление в американском Конгрессе девочки, свидетельствовавшей о том, что иракские солдаты выбрасывали из барокамер кувейтских новорожденных. Позже оказалось, что эта девочка, дочь посла Кувейта в США, и в период конфликта находилась в Штатах. Американская администрация приспосабливается к реалиям информационного общества. Например, они борются за установление своей повестки дня в медиа, т.е. определения трех-пяти ключевых тем. Этому посвящена новая профессия *spin doctor*.

По мнению В.Емелина, новые виды коммуникации, связанные с перестройкой знаковой системы коренным образом изменили способ реализации властных установок, в результате чего симуляция оказалась преобладающей информационной деятельностью. Ситуация складывается так, что масс-медиа фактически перестают отражать действительность, и начинают творить образы и симулякры, которые и определяют реальность постмодерной культуры, или, пользуясь терминологией Ж.Бодрийяра, ее гиперреальность. Последнюю В.Емелин интерпретировал как «социальную виртуальную реальность», то есть информационную среду, созданную имиджевыми технологиями масс-медиа в сочетании со стратегиями институтов власти, в которой осуществляется симуляция коммуникаций. Причем, эту виртуальную сре-

ду он предлагает рассматривать как специфическую форму дискурса постмодерного мира. В.Емелин в ходе рассмотрения «виртуального образа» политического пространства постмодерна сознательно избегает высказываний будто власть детерминирует деятельность масс-медиа, заставляя выполнять свои заказы; или же, наоборот, сами масс-медиа подменяют властные функции, вынуждая политиков подстраиваться в заданные ими рамки. Подобный подход он считает нерелевантным в мире, где власть, знание, информация, коммуникация слились в единый клубок симуляций, который и есть не что иное как дискурс постмодернизма. В.Емелин также задается вопросом, насколько возможно индивиду вырваться из оков порождающего симулякры гибрида власти и информации. Пытаясь решить эту проблему, им высказывается мнение, что наиболее действенный способ не попасть под воздействие тотальной симуляции в постмодерном мире можно обнаружить в другом специфически постмодернистском пути восприятия действительности — иронии, которая понимается как сугубо личная практика, нацеленная на поиск собственного стиля существования, отличного от «гетерогенного единообразия» навязчиво предлагаемого постмодерным обществом. Таким образом, именно в ироничном отношении к действительности усматривается возможность нейтрализации циничных попыток медиа-власти эпохи постмодерна реализовать модернистские по своей сути цели, используя при этом постмодернистские методы и технологии. Также рассматривается реклама и телевидение. По мнению В.Емелина, реклама выступает в качестве ведущей имиджевой деятельности в постмодерном обществе, так как именно посредством рекламы наше общество смотрит на себя и усваивает свой собственный образ, причем образ этот основывается отнюдь не на подобию, а выступает как симулякр. Делается вывод, что симуляция имманентна самой природе рекламы, и благодаря ее действию последняя выходит за рамки информационного сообщения и становится одним из мифологических компонентов сегодняшнего мировоззрения. Лишенная этой составляющей, она нивелируется до сухих объявлений, утрачивая при этом свою привлекательность и потенциал генерирования желаний. Таким образом, утверждается, что рекламу нужно рассматривать не только как характеристику мира товаров, но и как характеристику общества в целом. Причем, разнообразие в рекламе является неотъемлемым признаком либерального общества, однообразие, в свою очередь, свидетельствует о преобладании тоталитарных тенденций. В.Емелин утверждает, что телевидение является одновременно отражением и воплощением эпохи постмодерна. По его мнению, телевидение должно рассматриваться как сугубо постмодернистская технология, и не только в связи с тем, что время его активного вхождения в жизнь общества практически совпадает с наступлением постмодерна, но и потому, что осмыслить роль, место, специфику воздействия телевидение не представляется возможным вне контекста постмодернистской философии. В ходе дальнейшего анализа, обосновывается генетическое родство телевизионных технологий и постмодернистского мироощущения, на что указывают такие одновременно присущие двум рассматриваемым феноменам характеристики как фрагментарность, интертекстуальность, симуляция, плюралистичность. Ключевая характеристика мировоззрения постмодернизма

— фрагментарность, применительно к телевидению конкретизируется в трех проявлениях: мозаичность, серийность и дискретность. Мозаичность является неотъемлемым способом конструирования как телепрограмм, так и самого телеизображения. Очевидно, что, структура телепрограммы, составленной из разнородных по своей тематике, качеству и продолжительности передач, представляет собой скорее коллаж, чем некую целостность. Кроме того, мозаичный характер телевидения определяется и технологией создания ТВ-картинки, которая является не единым целым, а совокупностью различных наборов светящихся точек. Под серийностью понимается специфический способ фрагментации телевизионного пространства, а вслед за ним и пространства и времени телезрителя. Серийность в определенном смысле придает двумерной картинке третье измерение, выстраивая хронологические цепочки из регулярно повторяющихся программ, что в результате приводит не только к особому структурированию жизни телезрителя, но и созданию своеобразных общностей — аудиторий, неких серийных единств, которые на самом деле ни что иное как гипертрофированные антиобщности, воплощения расщепленной социальности. Третье проявление фрагментарной сущности телевидения — дискретность, усматривается в характерном «разорванном» способе управления телевизором, в ходе которого осуществляется бесконечное переключение каналов и телезритель воспринимает скорее кванты информации, чем какие-то длинные нити мыслей. Таким образом, сопоставляя специфику телевидения с особенностями постмодерной культуры в целом, диссертант проводит параллели между фрагментированной реальностью постмодернизма и раздробленной сутью ТВ, проявляющейся в мозаичной архитектонике телеизображения, феерической эклектике сообщений, расщеплении телепрограмм на серийные ряды, а также в продуцированной сигналами пульта дискретности. Наряду с фрагментарностью выделяется другой постмодернистский признак телевидения, а именно, интертекстуальность. По мнению В.Емелина, правомерность использования разработанной в лоне постструктурализма идеи интертекстуальности для характеристики телевидения обусловлена тем, что ТВ-сообщение — это не просто текст, это — интертекст, т.е. симультанная система, в которой одновременно присутствуют вербальные послания, визуальные образы, мозаичная символика, электронные коды и, наконец, сам интерактивно включенный телезритель. Далее отмечается, что как и все массмедийные технологии, телевидение по своей сути является симулякром, что также указывает на его постмодернистскую сущность. Что касается плюралистичности, то ее нельзя считать однозначно имманентной телевидению. Плюралистичность определяется в зависимости от тех задач, которые ставятся перед ним и от тех способов, какими оно их достигает. Как и любую по своему духу постмодернистскую технологию, телевидение можно поставить на службу идеалам модерна, например, если подчинить единому центру и обеспечивать с его помощью тотальный контроль и «промывку мозгов» населения. Тем не менее, отмечается, что в настоящее время налицо тенденции активного развития телевидения в направлении разнообразия в ассортименте предлагаемых программ и увеличения числа каналов, выражающих различные точки зрения, что

свидетельствует о соответствии телевидения общим тенденциям мировоззрения эпохи постмодерн [Емелин В.].

При анализе информации как основного ресурса информационного общества А.В. Колодюк пришел к выводу, что она имеет свойство взаимодействовать как с духовным, так и с материальным миром человека. Последнее свойство является абсолютно важным для понимания сущности нового общества, т.к. информация формирует материальную среду жизни человека и служит основным способом общественных взаимоотношений [Колодюк А.В., 2004: 47]. Таким образом, информация играет центральную роль в жизни современного общества.

Я.Н. Засурский рассматривал условия, в которые попадают масс-медиа при переходе к информационному обществу. Когда говорят о медиа в условиях информационного общества, обычно имеют в виду несколько моментов. Первое — это дигитализация, перевод всех масс-медиа в цифровую форму. Газеты набираются на компьютере, и в Интернете доступны их электронные версии. Цифровое радио позволяет увеличить количество частот, и его можно слушать через компьютер, подключившись к Интернету. Телевидение также становится цифровым, и этот процесс дигитализации становится очень важным моментом, который упрощает и облегчает доступ ко всем традиционным медиа, в чем-то унифицирует, объединяет их. Отсюда делается вывод о конвергенции масс-медиа и о том, что в ближайшее время наши телевизоры и компьютеры станут посредником доступа ко всем медиа. Конвергенция связана с возможным сращиванием компьютера и телевизора или на базе телевизора, соединенного приставкой-декодером с компьютерной сетью, или на базе компьютера, экран которого используется как телевизор. И в том и в другом случае она осуществляется через компьютеризацию телевизионной техники и открывает доступ к традиционным средствам массовой информации. Новые информационные и коммуникационные технологии оказывают серьезное воздействие на распространение и доставку информации и на доступ к ней. Речь идет о глобализации массовой информации и демассификации. Эти обстоятельства открывают новые горизонты для получения и распространения информации, существенно изменяют коммуникационный пейзаж. Появляется множественность не только каналов, но и способов работы с новостями, оформляется несколько возможностей для получения информации. Одна, традиционная — через газеты, радио, телевидение, другая — через интернет и банки данных. В последнем случае у вас появляется возможность получать информацию не массовую, а индивидуализированную. Эта демассификация может, с точки зрения многих, убить масс-медиа, во всяком случае, фрагментировать и атомизировать использование информации. В связи с этим необходимо действительно обратить внимание на некоторые важные особенности роли средств массовой информации с точки зрения функционирования гражданского и открытого общества. Для гражданского общества необходима среда оценки деятельности правительства, общественных организаций, экономики и прочего, и медиа являются во многом важнейшим элементом гражданского общества [Засурский Я.Н., 1999: 36-37]. Аналогичные опасения относительно существования масс-медиа в информационном обществе высказывает А.И. Гончаров [Гончаров А.И., 2006: 154-155]. Думается, что эти опасения в значитель-



ной степени преувеличены. История знает уже несколько случаев, когда традиционным медиа предрекали смерть: с возникновением радио — газетам, телевидения — газетам и радио. Но все традиционные масс-медиа продолжают существовать. Это не означает, что их деятельность остается неизменной. Медиа используют достижения цивилизации, в частности, интернет, для своего развития, выхода на новую аудиторию. Во всяком случае, разговоры о гибели традиционных медиа не имеют под собой серьезных оснований.

Информация при переходе к информационному обществу требует выполнения ряда условий. Это открытость информации для всех, ее общедоступность, бесплатность основной информации, ее непрерывность. Также необходимо отметить, что информация — весьма своеобразный товар. Она не уничтожается, при передаче становится доступной для использования многим, очень легко распространяется. При этом ее коммерческая ценность, сам процесс купли-продажи вследствие этих особенностей отличается от аналогичных операций с материальными вещами. В связи с особенностями информации получило распространение продажа не каких-то определенных сведений (хотя и это имеет место), а предоставление информационных услуг, т.е. доступа к определенному типу информации. В информационном обществе традиционные медиа не исчезают, а трансформируются, используя его возможности. Основные пути трансформации связаны с процессом дигитализации и конвергенции масс-медиа. Процессы глобализации и резкого увеличения потока информации приводят к серьезным изменениям аудитории и ее предпочтений. Унификация сознания, потребление стереотипной информации, навязывание стандартов первого мира также являются последствиями перехода к информационному обществу.

#### **4.5. Переход к информационному обществу: общие закономерности и специфика регионов**

Проблема перехода к информационной стадии развития, его скорости и особенностей является несомненно актуальной. Выработка национальных и международных стратегий развития, анализ тенденций остаются востребованными как в научной, так и в практической сферах.

Эти вопросы анализируются в целом ряде научных исследований. В частности, А.В. Колодюк в своей диссертации рассмотрел вопросы современного состояния и перспектив развития информационного общества [Колодюк А.В., 2004: 3, и далее]. Особо отмечалась важность международных усилий по координации развития глобального информационного общества. Впервые этот вопрос рассматривался на Первой стадии Всемирного саммита по вопросам Информационного общества в декабре 2003 г. Там лидеры 161 страны мира подписали два стратегических документа: Декларацию принципов и План действий, которые определяют направления дальнейшего развития мирового сообщества. Целью являлось «построение на основе солидарности, партнерства и уважения к разнообразию культур, этических и моральных ценностей,

ориентированное на интересы людей и развитие, справедливого глобального информационного общества для всех». Новый тип общества предстает тут как эволюционирующая структура, достигшая определенного развития по всему миру. Два документа, подписанные на Первой стадии саммита обобщили достижения и недостатки на пути развития информационного общества; выработали универсальные рекомендации для формирования региональной и национальной политики, стратегий развития; продемонстрировали консолидацию подходов мировых лидеров по этой важнейшей проблеме; свидетельствовали об определенном уровне общественного консенсуса по стратегическим вопросам развития человечества.

Особое значение при этом приобретает формирование информационного сознания граждан. Например, Комитет Информационного общества Ирландии провел специальную кампанию, во время которой была разработана схема предоставления поощрений и наград в области использования информационно-коммуникационных технологий; национальные масс-медиа мотивировались на создание материалов об информационном обществе; проводились региональные и местные выставки-семинары по проблематике использования новейших информационно-коммуникационных технологий; освещались преимущества использования информационно-коммуникационных технологий на конкретных примерах их внедрения в сфере государственных услуг. Электронная готовность является основой для перехода к новому типу общества. Она состоит из таких компонентов: мотивационный компонент — стремление к саморазвитию и самоактуализации; когнитивный компонент — формирование умений и компетенции за счет повышения уровня образования; эмоционально-волевой компонент — чувства, связанные с деятельностью и принятием решений в сфере информационного общества [Мойсеенко А.О., 2003; по Колодюк А.В., 2004: 70-71]. А.В. Колодюк выдвигает такие критерии информационной готовности: гендерный критерий — при развитии информационного общества выравнивается количество пользователей разных полов; возрастной критерий — решение проблем информатизации для разных возрастных категорий граждан; ресурсный критерий — то, какие ресурсы используют граждане в своей повседневной деятельности: аграрные, индустриальные или информационные; географический критерий — содействие информатизации сельских районов; социально-экономический критерий — выравнивание возможностей доступа к новым технологиям для всех категорий граждан.

В процессе перехода к информационному обществу государство должно поменять приоритеты развития с индустриального на информационный сценарий. А.В. Колодюк считает, что государство должно выделять на программы развития информационного общества 5-10 % бюджетных средств. Как альтернативу этому он рассматривает привлечение ресурсов частного и общественного секторов; привлечение внешних инвестиций; создание надлежащего институционального и законодательного обеспечения. Частные компании получают при этом конкретные преимущества: развивают рынки сбыта товаров и услуг; формируют позитивный имидж; получают конкурентные преимущества; доступ к информации о клиентах и рынках; усовершенствованные

условия ведения бизнеса; повышение социальной значимости компании. Общественные организации при этом могут выполнять свою миссию общественного развития. Главная задача подобного сотрудничества — это ориентация на конкретного потребителя — гражданина.

А.В. Колодюк провел интересный обзор системы индикаторов развития информационного общества и методологии их практического использования. В частности, американцами Ф. Родригесом и Е.Дж. Вильсоном был разработан Индикатор технической оснащенности, который измерял и оценивал состояние развития информационно-коммуникационных технологий в разных странах. Отдельно оценивались средства, непосредственно обеспечивающие все необходимые операции по обработке, передаче и обеспечению информации, и состояние ресурсов, в первую очередь — человеческих, которые делают возможным подобные действия. Индикатор прозрачности коммуникаций был разработан специалистами Национального научного фонда США. Он оценивает степень использования новых технологий в процессах взаимодействия всех категорий населения, бизнеса и власти как между собой, так и в середине групп. Этот индикатор называют еще Индикатором прозрачности управления, т.к. он позволяет определить меру продвижения к электронному правительству. Существует также Индикатор состояния информационного общества или Индекс информационного общества, разработанный издательством World Times и компанией IDC. Он исследует состояние информационно-коммуникационных технологий и отображает темпы роста в этой области. В принципе, тут оценивается общий прогресс страны на пути продвижения к информационному обществу, поскольку тут измеряются информационные возможности и информационный капитал.

На основании анализа ключевых факторов общественного развития: макроэкономическая политика, особенности идеологии развития, законодательного обеспечения, характеристик национальной культуры и менталитета, выделяют западную и азиатскую модели становления информационного общества. В рамках азиатской в свою очередь выделяются японская, индийская и младоазиатская модель. Западная модель характерна для таких индустриально развитых стран как США, Канада, Великобритания, ФРГ, Франция, страны Северной Европы. А.В. Колодюк выделяет в ее рамках американско-английскую и европейскую модель информационного общества. В первой частный сектор превалирует над государством по всем направлениям развития. Для второй характерны поиски равновесия между контролем государства и стихией рынка, интересами государства и бизнеса. Тут можно выделить западноевропейскую, скандинавскую, центральноевропейскую и восточноевропейскую стратегии. Макроэкономическая политика стран Европейского Союза в сфере формирования информационного общества базируется на принципах: содействия расширению общественного доступа к передовым информационно-коммуникационным технологиям; расширению спектра социальных услуг, которые предоставляются в электронной форме; внедрение информационно-коммуникационных технологий в систему образования; адаптация граждан к новым условиям жизни; переводение административной работы на новые технологии; содействие процессу стандартизации технических систем; контр-

оль за разработкой соответствующего законодательства. Хотя, конечно, в европейских странах есть своя специфика развития. Финляндия вышла вперед благодаря либерализации коммуникационной политики, высокому образовательному уровню, значительному финансированию инновационных проектов, надлежащей регулятивной среде. В Норвегии в 2000 г. была разработана и принята специальная программа «Электронная Норвегия», которая выполняется на государственном уровне и пересматривается каждые шесть месяцев. Она сосредоточена на пяти основных сферах: люди, культура, обучение, промышленность, государственный сектор. В Швеции в 2000 г. был принят закон «Информационное общество для всех». Информационная политика тут направлена на три сферы: конфиденциальность (безопасность, защита частной жизни, использование национального сегмента интернета, использование электронной подписи), компетентность (электронное образование, повышение электронной компетенции работников, информатизация школ, малых предприятий, вовлечение в использование информационно-компьютерных технологий женщин, расширение высшего образования, создание Университета информационных технологий, обеспечение высокого уровня конкуренции в информационной сфере), доступ к информационным услугам (высокий уровень доступа к информационной инфраструктуре для предприятий и граждан, большое количество конкурирующих предприятий в информационной сфере). Для азиатской модели характерно масштабное выделение средств на научные разработки, высокий приоритет техники и технологий в обеспечении социально-экономического развития страны (Япония), развитие внутренних человеческих ресурсов (Индия). Модель «тигров», т.е. Тайваня, Южной Кореи, Сингапура и Гонконга повторяет, в основных чертах, японскую.

В целом, А.В. Колодюк делает следующие выводы. Процесс формирования информационного общества должен исходить из трех составляющих: политической, реализующейся через методы информационной демократии и электронного правительства; экономической, предусматривающей массовое использование современных информационно-коммуникационных технологий во всех сферах жизнедеятельности; социальной, которая обеспечивается привлечением высококвалифицированных специалистов, создания развитой системы образования, рост благосостояния граждан. Международные оценки степени развития информационного общества через соответствующие индексы позволяют проследить тенденции практической реализации конкретных программ. Но единой модели формирования информационного общества не существует. Надо создавать программы его развития, исходя из условий, сложившихся в конкретных странах. Опыт западных стран показывает, что программы перехода к информационному обществу принадлежат к приоритетам правительственной политики. Наблюдается консолидация западных обществ вокруг идеи информационного общества.

А.А. Чернов считает, что критериями для определения готовности государства к переходу к информационному обществу служат макроэкономическая политика и концепция государства в контексте формирования информационного общества, специфика его законода-

тельной системы, особенности национальной культуры и менталитета [Чернов А.А., 2003: 38, и далее]. Он также условно выделяет две основные модели развития информационного общества: западную и восточную. Причем в рамках западной модели следует отделить путь, выбранный Европой, от американского пути, а в рамках восточной особое место в этом плане занимает Китай (КНР). Основной чертой макроэкономической политики стран Европейского союза служит поиск определенного баланса между полным контролем со стороны государства и законами рынка, другими словами, сочетание правительственных и рыночных сил с учетом того, что роль каждой из них может меняться в зависимости от сложившейся ситуации. В то же время ЕС продолжает уделять сегодня большое внимание вопросам приватизации и либерализации рынка информационно-коммуникационных технологий. Другой, не менее актуальной проблемой, является вопрос, что следует развивать сначала: сети или услуги. В целом в Европе преобладает мнение, что в первую очередь необходимо развивать сферу услуг. К числу стран, имеющих противоположный взгляд на эту проблему, относятся Великобритания и Франция. Американский путь формирования информационного общества определяется общей моделью социально-экономического развития, в которой функции государства сводятся к минимуму, а деятельность частных лиц — к максимуму. Главное в этом подходе — оставить все в руках частного сектора и сил рынка, полная либерализация рынка информационно-телекоммуникационных технологий. Большое внимание при этом уделяется развитию информационных супермагистралей, их социальной ориентации, а также проблеме универсального обслуживания. США солидарны с Великобританией в том, что в первую очередь необходимо построить информационные сети, на основе которых впоследствии развивать сферу услуг. А вот в области культурного влияния на процесс информатизации подходы этих стран расходятся. В США основной упор делается на дальнейшее развитие с помощью новых информационных технологий «домашних развлечений», в Великобритании же спрос на подобную продукцию не является определяющим. Представители восточной модели развития информационного общества стремятся разработать альтернативный западному подход, который базируется прежде всего на утверждении собственных ценностных ориентаций в отношении индустриализации, информатизации и социального развития. В его основе лежат сотрудничество государства и рынка, попытка установить связь между культурными ценностями, свойственными конфуцианству, и происходящими социальными изменениями. В рамках восточной модели выделяются Япония, «азиатские тигры», определенные сдвиги наметились в Китае, Индии. Успехи Японии в развитии информационного общества в целом сопоставимы сегодня с успехами в этой области США. Одним из важнейших факторов их достижения остаются значительные расходы на научные исследования и разработки, высокий приоритет информационно-коммуникационных технологий в решении проблем социально-экономического развития страны. Стратегическими целями страны в сфере информатизации стали: построение наибольшего числа взаимосвязанных и совместимых телекоммуникационных сетей, разработка информационных устройств и технологий, развитие программно-

го обеспечения информационных услуг, подготовка квалифицированных кадров для работы в информационной сфере. В основе информационного развития «азиатских тигров» (Южная Корея, Тайвань, Сингапур и Гонконг) лежит так называемая модель экономического сотрудничества государства и рынка. Успех этих стран базируется, в частности, на вмешательстве государства в принятие решений в области крупных вложений частного капитала, на активном участии государства в создании национальной информационной инфраструктуры. К проблемам информационного развития, по которым правительства высказывают особую озабоченность, относятся постоянно растущая конкуренция в области производства и внедрения новейших информационно-коммуникационных технологий и связанная с этим потенциальная возможность потери какого-то сегмента рынка или рабочих мест, а также проблема обеспечения равного доступа к информационным ресурсам. Особого внимания среди «тигров» заслуживает Сингапур, разработавший стратегический план «Интеллектуальный остров». Его намерения состоят в том, чтобы стать одной из первых стран в мире с развитой национальной информационной инфраструктурой, обеспечивающей связь компьютеров практически в каждом доме, школе или рабочем месте. Весомые инвестиции китайского правительства в сферу научно-технических разработок, привлечение иностранного капитала уже приносят свои плоды, обещая в будущем превратить эту некогда технически отсталую страну в один из мировых центров новых технологий. В первую очередь речь идет о секторе телекоммуникаций. Индия не выбрала ни пути полной приватизации, ни пути мягкой либерализации. Ее модель называют промежуточной. Государственные предприятия не передаются в частный сектор, а конкуренция разрешается на рынке местных услуг. Своим главным капиталом на пути в глобальное информационное общество Индия считает свои человеческие ресурсы. Процесс становления информационного общества протекает в разных странах с различной интенсивностью и особенностями. В самом общем виде можно выделить две модели такого становления: «западную» и «восточную». В «западной» модели основная роль отводится либерализации рынка информационных супермагистралей и их универсальному обслуживанию. В «восточной» уделяется большее внимание сотрудничеству государства и рынка, наблюдается стремление установить связь между традиционными культурными ценностями и неизбежными с формированием глобального информационного общества социальными изменениями. В то же время в рамках каждой из этих моделей существуют свои различия, которые во многом определяются уровнем экономического и социально-политического развития того или иного социума. Одновременно становится ясно, что пока еще далеко не все страны готовы переступить новую ступень эволюции человеческого общества или даже подойти к ней. Однако если оценивать мировое развитие в целом, процесс формирования глобального информационного общества представляется необратимым. Можно выделить следующие главные тенденции этого процесса. Во-первых, повсюду информация расценивается и используется как стратегический ресурс государства, в частности в экономической сфере. Происходит интенсивное формирование информационного сектора экономики, который развивается сегодня более быстрыми темпа-

ми, чем остальные отрасли. Во-вторых, во всех странах информация все больше становится предметом массового потребления населения. В итоге, движение к глобальному информационному обществу — общая тенденция, особенно для развитых стран. Указанное движение оказывает заметное влияние на политическую жизнь в разных странах и на мировой арене в целом, более того — она становится составной частью современных политических процессов. С одной стороны, использование новых информационно-телекоммуникационных технологий предоставляет гражданам беспрецедентную возможность быстрого доступа к текстам законопроектов, документов еще на стадии их предварительной разработки, к значительному объему информации по широкому спектру политических вопросов. С другой стороны, оно увеличивает эффективность работы самих государственных органов, помогает наладить более тесное взаимодействие между государством и обществом, в частности с целью оперативного решения текущих проблем. И одной из задач государства в этой связи становится создание эффективной системы обеспечения прав граждан и социальных институтов на свободное получение, распространение и использование информации как необходимого условия демократического развития. В результате, в политической практике использование новых информационных и телекоммуникационных технологий стало неотъемлемым элементом: владение информацией является на сегодняшний день важнейшим политическим ресурсом как на внутрисударственном, так и на международном уровне.

В июле 2000 г. лидеры стран «Группы восьми» подписали Окинавскую хартию глобального информационного общества. Приведем наиболее интересные моменты из неё. «1. Информационно-коммуникационные технологии (ИТ) являются одним из наиболее важных факторов, влияющих на формирование общества двадцать первого века. Их революционное воздействие касается образа жизни людей, их образования и работы, а также взаимодействия правительства и гражданского общества. ИТ быстро становятся жизненно важным стимулом развития мировой экономики. Они также дают возможность всем частным лицам, фирмам и сообществам, занимающимся предпринимательской деятельностью, более эффективно и творчески решать экономические и социальные проблемы. Перед всеми нами открываются огромные возможности. 2. Суть стимулируемой ИТ экономической и социальной трансформации заключается в ее способности содействовать людям и обществу в использовании знаний и идей. Информационное общество, как мы его представляем, позволяет людям шире использовать свой потенциал и реализовывать свои устремления... Все люди повсеместно, без исключения должны иметь возможность пользоваться преимуществами глобального информационного общества. Устойчивость глобального информационного общества основывается на стимулирующих развитие человека демократических ценностях, таких, как свободный обмен информацией и знаниями, взаимная терпимость и уважение к особенностям других людей. 4. Мы будем осуществлять руководство в продвижении усилий правительств по укреплению соответствующей политики и нормативной базы, стимулирующих конкуренцию и новаторство, обеспечению экономической и финансовой

стабильности, содействующих сотрудничеству по оптимизации глобальных сетей, борьбе со злоупотреблениями, которые подрывают целостность сети, по сокращению разрыва в цифровых технологиях, инвестированию в людей и обеспечению глобального доступа и участия в этом процессе. 5. Настоящая Хартия является, прежде всего, призывом ко всем как в государственном, так и в частном секторах, ликвидировать международный разрыв в области информации и знаний... Наша задача заключается не только в стимулировании и содействии переходу к информационному обществу, но также и в реализации его полных экономических, социальных и культурных преимуществ. Для достижения этих целей важно строить работу на следующих ключевых направлениях: проведение экономических и структурных реформ в целях создания обстановки открытости, эффективности, конкуренции и использования нововведений, которые дополнялись бы мерами по адаптации на рынках труда, развитию людских ресурсов и обеспечению социального согласия; рациональное управление макроэкономикой, способствующее более точному планированию со стороны деловых кругов и потребителей, и использование преимуществ новых информационных технологий; разработка информационных сетей, обеспечивающих быстрый, надежный, безопасный и экономичный доступ с помощью конкурентных рыночных условий и соответствующих нововведений к сетевым технологиям, их обслуживанию и применению; развитие людских ресурсов, способных отвечать требованиям века информации, посредством образования и пожизненного обучения и удовлетворения растущего спроса на специалистов в области ИТ во многих секторах нашей экономики; активное использование ИТ в государственном секторе и содействие предоставлению в режиме реального времени услуг, необходимых для повышения уровня доступности власти для всех граждан... Задача создания предсказуемой, транспарентной и недискриминационной политики и нормативной базы, необходимой для информационного общества, лежит на правительствах... В целях максимизации социальной и экономической выгоды информационного общества мы согласны со следующими основными принципами и подходами и рекомендуем их: продолжение содействия развитию конкуренции и открытию рынков для информационной технологии и телекоммуникационной продукции и услуг, включая недискриминационное и основанное на затратах подключение к основным телекоммуникациям; защита прав интеллектуальной собственности на информационные технологии имеет важное значение для продвижения нововведений, связанных с ИТ, развития конкуренции и широкого внедрения новых технологий; мы приветствуем совместную работу представителей органов власти по защите интеллектуальной собственности и поручаем нашим экспертам обсудить дальнейшие направления работы в этой сфере; важно также вновь подтвердить обязательства правительств использовать только лицензированное программное обеспечение; ряд услуг, включая телекоммуникации, транспорт, доставку посылок, имеет важное значение для информационного общества и экономик; повышение их эффективности и конкурентоспособности позволит расширить преимущества информационного общества; таможенные и экспедиторские процедуры также важны для развития информационных структур; развитие трансгра-



ничной электронной торговли путем содействия дальнейшей либерализации, улучшения сетей и соответствующих услуг и процедур в контексте жестких рамок Всемирной торговой организации (ВТО), продолжение работы в области электронной торговли в ВТО и на других международных форумах и применение существующих торговых правил ВТО к электронной торговле; последовательные подходы к налогообложению электронной торговли, основанные на обычных принципах, включая недискриминацию, равноправие, упрощенность и прочие ключевые элементы, согласованные в контексте работы Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР); продолжение практики освобождения электронных переводов от таможенных пошлин до тех пор, пока она не будет рассмотрена вновь на следующей министерской конференции ВТО; продвижение рыночных стандартов, включая, например, технические стандарты функциональной совместимости; повышение доверия потребителя к электронным рынкам в соответствии с руководящими принципами ОЭСР, в том числе посредством эффективных саморегулирующих инициатив, таких как кодексы поведения, маркировка и другие программы подтверждения надежности, и изучение вариантов устранения сложностей, которые испытывают потребители в ходе трансграничных споров, включая использование альтернативных механизмов разрешения споров; развитие эффективного и значимого механизма защиты личной жизни потребителя, а также защиты личной жизни при обработке личных данных, обеспечивая при этом свободный поток информации; дальнейшее развитие и эффективное функционирование электронной идентификации, электронной подписи, криптографии и других средств обеспечения безопасности и достоверности операций.

8. Усилия международного сообщества, направленные на развитие глобального информационного общества, должны сопровождаться согласованными действиями по созданию безопасного и свободного от преступности киберпространства...

9. Вопрос о преодолении электронно-цифрового разрыва внутри государств и между ними занял важное место в наших национальных дискуссиях. Каждый человек должен иметь возможность доступа к информационным и коммуникационным сетям...

10. Ключевой составляющей нашей стратегии должно стать непрерывное движение в направлении всеобщего доступа для всех. Мы будем и далее: содействовать установлению благоприятных рыночных условий, необходимых для предоставления населению услуг в области коммуникаций; изыскивать дополнительные возможности, включая доступ через учреждения, открытые для широкой публики; уделять приоритетное внимание совершенствованию сетевого доступа, в особенности в отсталых городских, сельских и отдаленных районах; уделять особое внимание нуждам и возможностям людей, пользующимся меньшей социальной защищенностью, людей с ограниченной трудоспособностью, а также пожилых граждан, и активно осуществлять меры, направленные на предоставление им более легкого доступа; содействовать дальнейшему развитию «удобных для пользования», «беспрепятственных» технологий, включая мобильный доступ к сети Интернет, а также более широкое использование бесплатного, общедоступного информационного наполнения и открытых для всех пользователей программных средств, соблюдая при этом права на интеллек-

туальную собственность... Мы обязуемся предоставить всем гражданам возможность освоить и получить навыки работы с ИТ посредством образования, пожизненного обучения и подготовки. Мы будем и далее стремиться к осуществлению этой масштабной цели, предоставляя школам, классам и библиотекам компьютерное оборудование, способное работать в режиме реального времени, а также направлять туда преподавателей, имеющих навыки работы с ИТ и мультимедийными средствами... 12. ИТ открывает перед развивающимися странами великолепные возможности. Страны, которым удалось направить свой потенциал в нужное русло, могут надеяться на преодоление препятствий, традиционно возникающих в процессе развития инфраструктуры, более эффективное решение своих насущных задач в области развития, таких как сокращение бедности, здравоохранение, улучшение санитарных условий и образование, а также использование преимуществ быстрого роста глобальной электронной торговли. Некоторые развивающиеся страны уже достигли значительных успехов в этих областях. 13. Тем не менее не стоит недооценивать проблему мирового масштаба, связанную с преодолением существующих различий в области информации и знаний. Мы отдаем должное тому вниманию, которое уделяют этой проблеме многие развивающиеся страны... 16. Мы приветствуем уже предпринимаемые усилия по преодолению международного электронно-цифрового разрыва посредством двусторонней помощи в области развития и по линии международных организаций и частных групп. Мы также приветствуем вклад частного сектора в лице таких организаций, как Глобальная инициатива по ликвидации электронно-цифрового разрыва Всемирного экономического форума (ВЭФ) и Глобальный Диалог Бизнеса по вопросам электронной торговли (ГДБ), а также глобальный форум... «Восьмерка» будет и далее содействовать укреплению партнерства между развитыми и развивающимися странами, гражданским обществом, включая местные фирмы и НПО, фонды и учебные заведения, а также международные организации. Мы будем также работать над тем, чтобы развивающиеся страны в партнерстве с другими участниками могли получать финансовое, техническое и политическое обеспечение в целях создания благоприятного климата для использования информационных технологий. 18. Мы согласились об учреждении Группы по возможностям информационной технологии (Группа ДОТ), чтобы объединить наши усилия в целях формирования широкого международного подхода. Группа ДОТ будет создана в кратчайшие сроки для изучения наилучших возможностей подключения к работе всех участников. Эта группа высокого уровня в режиме тесных консультаций с другими партнерами и воспринимая потребности развивающихся стран будет: активно содействовать диалогу с развивающимися странами, международными организациями и другими участниками для продвижения международного сотрудничества с целью формирования политического, нормативного и сетевого обеспечения, а также улучшения технической совместимости, расширения доступа, снижения затрат, укрепления человеческого потенциала, а также поощрения участия в глобальных сетях электронной торговли; поощрять собственные усилия «восьмерки» в целях сотрудничества в осуществлении экспериментальных программ и проектов в области информационных технологий; содействовать более

тесному политическому диалогу между партнерами и работать над тем, чтобы мировая общественность больше знала о стоящих перед ней вызовах и имеющихся возможностях; изучить вопрос о том, какой вклад вносит частный сектор и другие заинтересованные группы, например, Глобальная инициатива по ликвидации электронно-цифрового разрыва; представить доклад по итогам работы нашим личным представителям до следующей встречи в Генуе. 19. Для выполнения этих задач группа будет изыскивать пути к принятию конкретных мер в указанных ниже приоритетных областях: формирование политического, нормативного и сетевого обеспечения; поддержка политического консультирования и укрепление местного потенциала с тем, чтобы способствовать проведению направленной на создание конкуренции, гибкой и учитывающей социальные аспекты политики, а также нормативному обеспечению; содействие обмену опытом между развивающимися странами и другими партнерами; содействие более эффективному и широкому использованию информационных технологий в области развития, включая такие широкие направления, как сокращение бедности, образование, здравоохранение и культура; совершенствование системы управления, включая изучение новых методов комплексной разработки политики; поддержка усилий МБР и других международных организаций в целях объединения интеллектуальных и финансовых ресурсов в контексте программ сотрудничества, таких, как программа InfoDev; улучшение технической совместимости, расширение доступа и снижение затрат: мобилизация ресурсов в целях улучшения информационной и коммуникационной инфраструктуры, уделение особого внимания «партнерскому» подходу со стороны правительств, международных организаций, частного сектора и НПО; поиск путей снижения затрат для развивающихся стран в обеспечении технической совместимости, поддержка программ доступа на местном уровне; поощрение технологических исследований и прикладных разработок в соответствии с конкретными потребностями развивающихся стран; улучшения взаимодействия между сетями, службами и прикладными системами; поощрение производства современной информационно-содержательной продукции, включая расширение объема информации на родных языках; укрепление человеческого потенциала; уделение повышенного внимания базовому образованию, а также расширению возможностей пожизненного обучения с упором на развитие навыков использования информационных технологий; содействие подготовке специалистов в сфере информационных технологий и других актуальных областях, а также в нормативной сфере; разработка инновационных подходов в целях расширения традиционной технической помощи, включая дистанционное обучение и подготовку на местном уровне; создание сети государственных учреждений и институтов, включая школы, научно-исследовательские центры и университеты; поощрение участия в работе глобальных сетей электронной торговли; оценка и расширение возможностей использования электронной торговли посредством консультирования при открытии бизнеса в развивающихся странах, а также путем мобилизации ресурсов в целях содействия предпринимателям в использовании информационных технологий для повышения эффективности их деятельности и расширения доступа к новым рынкам; обеспечение соо-

ответствия возникающих «правил игры» усилиям в сфере развития и укрепление способности развивающихся стран играть конструктивную роль в определении этих правил» [Окинавская..., 2000: 53-57]. То есть, было подчеркнуто значение информационно-коммуникационных технологий и те возможности, которые они открывают. Принципиальным моментом, который неоднократно подчеркивался в хартии, признавался свободный доступ к технологиям как на уровне стран, так и для различных групп населения внутри страны. Таким образом, новые технологии не должны положить начало разделению обществ или групп населения на информационно богатые и бедные. Правительства признают ведущую роль частного сектора в развитии технологий информационного общества, а свою работу видят в обеспечении стимулирующих рамочных условий и в противостоянии киберпреступности. По мнению лидеров стран «восьмерки», новые информационно-коммуникационные технологии предоставляют человечеству шанс ликвидировать неравенство и более полно реализовать творческие возможности человека.

В декабре 2003 г. в Женеве на первом этапе Всемирной встречи на высшем уровне по вопросам информационного общества были приняты Декларация принципов и План действий. Признавалось, что каждая новая технология влечет за собой появление как новых возможностей, так и новых опасностей, и долг правительств — увеличить число возможностей и свести к минимуму опасности. Что касается новых коммуникационных технологий, то главная проблема заключается в том, что их использование может быть ограничено определенными странами или определенным кругом людей, а остальные будут лишены связи с информационным обществом и его громадным потенциалом для развития. Человечество стоит перед большим вызовом. Глобальное информационное общество развивается головокружительными темпами. Все более тесная связь между телекоммуникациями, теле- и радиовещанием и информационно-компьютерными технологиями способствует появлению новых продуктов и услуг, а также методов ведения бизнеса и торговли. В то же время, по мере того, как новые рынки открываются для конкурентной борьбы, иностранных инвестиций и иностранного участия, появляется огромное количество новых коммерческих, социальных и профессиональных возможностей. В современном мире происходят коренные преобразования: индустриальное общество, существовавшее в XX веке, быстро сменяется информационным обществом XXI века. Этот динамичный процесс предвещает существенные изменения во всех областях нашей жизни, включая распространение знания, социальное взаимодействие, экономическую, деловую и политическую активность, средства массовой информации, образование, здравоохранение, досуг и развлечения. Человечество действительно сейчас находимся в процессе революции, причем возможно, самой значительной из всех им пережитых [Всемирная..., 2002: 110-116].

В ноябре 2005 г. во время проведения второго этапа Всемирной встречи на высшем уровне по вопросам информационного общества были приняты Тунисское обязательство и Тунисская программа для информационного общества, которые развили Декларацию принципов и План действий. Тут тоже говорилось о принципах демократии и необходимости преодоления цифрового разрыва. Особо подчеркивалась

роль интернета как общедоступного глобального инструмента и вопрос управления им. Причем интернет признавался основным элементом инфраструктуры информационного общества [Тунисская..., 2006: 7; Туниское..., 2006: 4].

Е.Вартанова разделила проблемы информационной экономики и информационного общества в стратегии Европейского Союза. Концепции информационной экономики сконцентрированы на возможном влиянии новых информационных и коммуникационных технологий на производительность различных секторов экономики. Концепции же информационного общества рассматривают социальные, политические и культурные проблемы, вызываемые интенсивным развитием технологий. В подходе к развитию новых информационных и коммуникационных технологий исполнительный орган ЕС — Европейская Комиссия — проявила редкое для сообщества единодушие, подготовив несколько основополагающих документов. Первым и главным среди них остается «Доклад Бангеманна». М.Бангеманн, комиссар Европейского Союза, был во главе группы специалистов, в которую входили, главным образом, представители большого европейского бизнеса, представлявшие в основном электронную промышленность, информационный и коммуникационный бизнес. Они подготовили доклад «Европа и глобальное информационное общество», опубликованный в 1994 г. к заседанию Европейского Совета на о. Корфу. Докладу предшествовала публикация Белой книги «Рост, конкуренция и занятость», в которой развитие экономики и общества в целом было поставлено в непосредственную зависимость от развития новых технологий. «Доклад Бангеманна» сразу же привлек внимание европейских политиков масштабностью подходов, концептуальным своеобразием и откровенной социальной направленностью, отличающими его, с одной стороны, от национальных политик и, с другой, от американского взгляда на завтрашнее информационное общество. На основе этого документа Европейский парламент принял план действий по переходу Европы к информационному обществу. Исходная точка доклада Бангеманна, однако, роднит его со многими другими программами: доклад подчеркивает определяющую и преобразующую роль информационных и коммуникационных технологий, которые «ускоряют промышленную революцию». Практическая цель документа — координация все еще фрагментарных национальных подходов, с тем чтобы создать новые возможности для европейских обществ, новые рабочие места для граждан, новые товары и услуги для потребителей. Главный акцент в «Докладе Бангеманна» сделан на экономическом росте именно европейской промышленности, который возможен при интенсивном развитии новых технологий. Этот акцент определяет и многие формулировки, и многие положения документа. Так, состояние европейского аудиовизуального рынка признается неудовлетворительным не с технической точки зрения, а по причине недостатка европейской продукции. С точки зрения развития информационных сетей, основной европейской проблемой становится не техническое их состояние, которое вполне соответствует стандартам времени, а недостаточное их использование широким кругом потребителей. Документ, в первую очередь, был нацелен на изменение законодательной сферы, которая смягчила бы монополизм на рынке и помогла бы малому и среднему бизнесу улуч-

шить использование своих информационных ресурсов. Предвосхищая грядущее — более развитое, эффективное и процветающее общество, «Доклад Бангеманна» все же обратил внимание на основные опасности, связанные с прогрессом новых технологий. Три проблемы, по мнению авторов, заслуживали особого внимания, а именно: защита интеллектуальной собственности и авторского права, защита частной жизни и защита персональных данных. По определению группы Бангеманна, 10 основных применений новых информационно-коммуникационных технологий в практической жизни станут «переходным мостиком» в информационное общество. Это — телеработа; дистанционное образование; сети, связывающие университеты и исследовательские центры; телематические услуги для предприятий мелкого и среднего бизнеса (электронная почта, передача файлов, видеоконференции и т.п.); компьютерное управление транспортными услугами; компьютерный контроль за воздушным сообщением; компьютерные сети в сфере здравоохранения; электронная торговля; трансевропейская сеть национальных и муниципальных административных органов; городские информационные супермагистралы. Позже Европейская комиссия выделила ряд общеевропейских приоритетов: развитие электронной торговли при особом внимании к проблемам защиты данных в сетях, авторского права, электронной подписи; развитие образовательных сетей, информационной и коммуникационной техники в школах; исследовательская деятельность, поддержка европейского программного производства, цифровое ТВ, спутниковые средства коммуникации и мультимедиа; обновление условий труда и создание новых рабочих мест; глобализация сотрудничества и либерализация торговли. С точки зрения развития традиционных медиа наибольший интерес представляют взгляды специалистов подгруппы «Будущее культуры и СМИ», которые исходят из следующих положений: в условиях интенсивного развития НИКТ и их воздействия на «старые» медиа требуется новое законодательство, которое помогло бы сохранить и защитить европейские культуры; общественное вещание по-прежнему сохраняет свою ценность для всего общества, поэтому принцип телевидения как общественной службы должен быть сохранен и в практике информационного общества; принципы служения обществу, на которых основана в настоящий момент деятельность многих вещательных компаний, следует также распространить и на деятельность некоторых быстроразвивающихся сейчас телекоммуникационных служб (компьютерные сети и т.п.); при возрастающей свободе распространения информации, которая появляется благодаря развитию НИКТ, возникает необходимость и определенных ограничений, главным образом на распространение насилия и порнографии, поэтому здесь нужны национальные решения, учитывающие, однако, общегуманистические и общеевропейские идеалы; роль медиаобразования в обществе становится значительной, как никогда [Вартанова Е.А., 1998: 2-8]. Интерес к докладу Бангемманна был настолько велик, что в Стокгольме была основана программа «Глобальный вызов Бангемманна», которая была направлена на стимулирование городов к изменениям навстречу информационному обществу [Скиден У., 1999: 11-14].

В июле 1995 г. по результатам рассмотрения доклада Бангеммана Европейская Комиссия приняла решение учредить Форум Информационного общества (Information Society Forum). Форум должен служить местом для обмена идеями, мнениями и рекомендациями по вопросам, касающимся Информационного общества (IS, Information Society). Члены Форума представляли шесть основных социально-производственных сфер деятельности. Пользователи новых технологий: промышленность, банки, розничная торговля, морские сообщения, общественные службы, потребительские группы, малый и средний бизнес. Социальные группы: профессорско-преподавательский состав, организации работодателей и профессиональные союзы, молодежные группы, представители регионов и городов. Поставщики контента и услуг: издатели и авторы, продюсеры фильмов и ТВ-передач, работники служб вещания, производители программного обеспечения для компьютеров и поставщики информационных услуг. Сетевые операторы: фиксированные телекоммуникации, кабельное ТВ, операторы мобильных и спутниковых сетей. Производители оборудования: сети, потребительская электроника, компьютерная промышленность. Общественные институты: члены Европейского парламента, экономических и социальных организаций. 26 июня 1996 г. Форум принял первый годовой отчет «Сеть для людей и их сообществ: максимальное использование Информационного общества в Европейском Союзе». Отчет рекомендовал создавать Информационное общество как общество пожизненного обучения (Lifelong Learning Society). Подчеркивается, что новые технологии в конечном итоге создадут больше рабочих мест, чем уничтожат, что в будущем телеработа (telecommuting) станет основным занятием для миллионов людей, что ни один человек не должен быть исключен из Информационного общества и что личные свободы должны быть защищены от посягательства. В отчете был провозглашен «человеко-центрированный подход» (people-centered approach), под которым подразумевается: передача гражданам умения использовать новые информационные средства и прикладные задачи; построение общества пожизненного обучения; раннее привлечение граждан к развитию новых приложений и услуг с тем, чтобы они стали полезны им в повседневной жизни; использование новых технологий, дабы включить людей в процессы принятия решений и дать им возможность знать, что делают их правительства, гарантируя тем самым плюрализм и открытый доступ к информации [Дрожжинов В., Широков Ф., 1998]. В целом, Форум поставил цель проследить воздействие становления информационного общества на такие области: экономика и занятость; основные социальные и демократические ценности в виртуальном мире; государственные службы; образование; культура и масс-медиа; устойчивое развитие, технология и инфраструктура [Мелюхин И.С., 1999: 25].

В марте 2000 г. Европейская Комиссия приняла новую десятилетнюю программу «Электронная Европа» (e-Europe), основной целью которой является ускорение движения Европы к информационному обществу и сетевой экономике. Ее ключевые цели состоят в следующем: обеспечить каждой школе, каждому предприятию, каждому гражданину выход в он-лайновую среду; поддерживать распространение европейской культуры через создание «цифровой» литературы, финансирование

и развитие новых идей; гарантировать социальную направленность информационному обществу, содействовать росту доверия граждан к государству и укреплению социального согласия. Программа «Электронная Европа» сконцентрирована на 10 ключевых областях, в которых могут быть предприняты соответствующие действия: наличие доступа в Интернет и к мультимедиа во всех школьных классах; удешевление пользования Интернетом; ускорение внедрения электронной торговли; развитие высокоскоростного доступа для исследователей и студентов; использование смарт-карт для безопасности электронного доступа; изыскание рискованного капитала для малых и средних предприятий, действующих в сфере высоких технологий; вовлечение в электронное сообщество нетрудоспособных граждан; телемедицина; «интеллектуализация» транспорта; электронное правительство (e-Government) [Чернов А.А., 2003: 71-72].

В ноябре 2006 г. в Афинах на Форуме по вопросам управления интернетом были рассмотрены вопросы его открытости (свободы распространения информации, идей и знаний); безопасности (обеспечения прав человека, гарантии сохранения конфиденциальности, предупреждения коммерческих злоупотреблений, борьба с распространением терроризма, порнографии и т.д.); многообразия (языковые проблемы пользования интернетом, национальный контент, этнические аспекты); доступности (финансовые и коммерческие предпосылки, ликвидация виртуальной безграмотности, стимулирование заинтересованности бизнеса в развитии интернета). Особое внимание было уделено проблеме сохранения анонимности пользователей, т.е. предотвращения сбора сведений о них с коммерческими или иными целями. Для этого была разработана концепция функциональной или псевдо-анонимности [Приходько О., 2006].

В феврале 1993 г. в Вашингтоне был опубликован Меморандум Клинтон-Гора «Технология экономического роста Америки. Новое направление, которое предстоит создать». Там объявлялось о расширении поддержки научных и технологических разработок со стороны федерального правительства США, так как инвестиции в технологию — это инвестиции в будущее Америки. Новые инициативы в укреплении экономической мощи помимо инициатив в области развития промышленности, образования, энергосбережения и т.п. включали в себя и развитие национальной информационной инфраструктуры (NIИ или National Information Infrastructure). Важным являлась также социальная направленность документа, так как там ставились цели создания новых рабочих мест, защиты окружающей среды и быстрое реагирование государства на нужды граждан. Главное, что именно после этого события в обиходе появились понятия типа цифровой магистрали (Digital Highway) и супермагистрали (Superhighway) [Гольшико А.].

В марте 1994 г. на специальном конгрессе Международного союза электросвязи в Буэнос-Айресе вице-президента США А. Гор выдвинул план развития Глобальной информационной инфраструктуры и сформулировал ее пять фундаментальных принципов: 1. поощрение частных инвестиций; 2. содействие развитию конкуренции; 3. создание подвижной регулирующей структуры, для поддержания темпов технологического и рыночного развития; 4. обеспечение открытого доступа к Сети всех



провайдеров; 5. создание универсальной службы и организация универсального обслуживания. Эти принципы легли в основу так называемой Буэнос-Айресской декларации. Было решено, что Глобальная информационная инфраструктура должна состоять из местных, национальных и региональных сетей. Как «Сеть сетей», она будет способствовать глобальному использованию информации, взаимосвязи и коммуникации, создавая единые глобальное информационное пространство и информационную рыночную площадь. По мнению, Я.Н. Засурского, международное сотрудничество затрагивает три основных аспекта: сотрудничество для обеспечения доступа к новым информационно-коммуникационным технологиям, включающее взаимодействие по проблемам защиты потребителей, интеллектуальных прав и частной жизни, криптографии, борьбе с вредным и незаконным содержанием, универсального доступа к новым информационно-коммуникационным технологиям; взаимодействие общества и рынка, куда входят вопросы конвергенции телекоммуникаций, масс-медиа и информационных технологий, электронной торговли, а также финансирования информационного общества, управления интернетом, телеработы и реорганизации привычных условий труда; образование электронного правительства при демократическом участии населения в общественной и политической жизни, обеспечение свободы слова в век цифровых и электронных технологий. Много внимания уделяет международная общественность защите интеллектуальной собственности, авторских прав, и, конечно же, частной жизни. Другая важнейшая проблема — защита от вредного и незаконного содержания. Она должна основываться на стремлении соединить действующее законодательство с саморегулированием, позволяющим не только с помощью уголовного права пресечь содержание, не подлежащее распространению, но и предупредить доступ к нему детей [Засурский Я.Н., 2000: 59-62].

В предложенной А.Гором концепции развития информационного общества последнее описывалось им следующим образом: учебные заведения и преподаватели становятся доступными всем студентам, вне зависимости от географических условий, расстояния и ресурсов; огромный потенциал искусства, литературы и науки сосредоточен не только в библиотеках и музеях; медицинские и социальные услуги становятся доступными в интерактивном режиме; каждый имеет возможность полноценно работать через электронные магистрали, обращаться в магазин, банк, получать государственную информацию прямо из своего дома; деловые структуры могут обмениваться информацией электронным путем, снижая объем бумажного документооборота и улучшая качество услуг [Курнос И.Н. б, 1997; по Чернов А.А., 2003: 49-50].

Сегодня государственная политика в области построения информационного общества определяется преимущественно не в масштабе отдельной страны, а на трансъевропейском и глобальном уровнях. В июле 1994 г. Комиссией Европейского сообщества был принят План действий «Европейский путь в информационное общество». В декабре 1994 г. было создано Бюро по проектам информационного общества (ISPO или Information Society Project Office). Деятельность ISPO представляла собой связующее звено между Комиссией Европейского Сообщества и

потенциальными участниками в реализации отдельных инициатив по GIS, в частности, своеобразного магазина «все для всех». В Европе был также создан Центр активности в сфере информационного общества (ISAC или Information Society Activity Center), который призван решать, насколько приблизился тот или иной субъект ЕС к GIS. При этом ISAC учитывает плотность проводных телефонных линий, количество линий ISDN и сотовых телефонов. ISPO связано с WWW (World Wide Web) более чем сотней узлов, расположенных в Европе, а также в США, Канаде, Австралии, Новой Зеландии, Японии, Корее, Сингапуре и Океании. Формально Африка и Ближний Восток были представлены узлом в Израиле. Разумеется, европейские и американские концепции информатизации, претендующие на глобальность, не могли долго существовать порознь. В феврале 1995 г. в Брюсселе на совещании министров, занимающихся развитием GIS в разных странах, определило 11 первоочередных глобальных проектных зон (Project Areas) GIS с указанием ответственных исполнителей. GIBN (Global Interoperability of Broadband Networks) — глобальная интероперабельность широкополосных сетей — Канада и Япония. GIP (Global Inventory Project) — глобальная опись — ЕС и Япония. Trans-Cultural Education and Training, Tel & Lingwa — межкультурное обучение и инструктирование — Франция и Германия. Electronic Libraries, Bibliotheca Universalis — электронная универсальная библиотека — Франция и Япония. Multimedia Access to World Cultural Heritage — мультимедийный доступ к всемирному культурному наследию — Италия и Франция. Environment and Natural Resources Management — управление окружающей средой и природными ресурсами — Канада. Global Emergency Management Gemini — глобальное управление чрезвычайными ситуациями — США. Global Healthcare Applications — глобальные прикладные задачи здравоохранения — ЕС. Government Online — правительство в режиме реального времени — Великобритания. Global Market Place for SMEs — глобальный рынок для средних и малых предприятий — ЕС, Япония, США. MARIS (Maritime Information Society) — морское информационное общество — ЕС, Канада [Гольшко А.].

В основе национальной политики стран Европы лежат общие принципы, разработанные на встрече Большой Семерки в феврале 1995 г. в Брюсселе: содействие динамичной конкуренции в области развития телекоммуникаций; поощрение частных капиталовложений в развитие информационной инфраструктуры; участие в разработке гибкого, способного к адаптации, законодательства в сфере информатизации; обеспечение открытого доступа к информационным сетям; содействие предоставлению гражданам эффективных и доступных информационных услуг; участие в обсуждении международных проблем построения глобального информационного общества. Анализ национальных планов информатизации позволяет выделить ключевые факторы, определяющие различия между ними и основные дискутируемые проблемы. К ним О.Н. Вершинская относит: макроэкономическая политика государства в контексте формирования информационного общества; особенности идеологии построения информационного общества; специфика законодательства, обеспечивающего (или тормозящего) движение к информационному обществу; характеристики национальной культуры и менталитета, определяющие развитие информационного общества. Основные

дискуссии при обсуждении идеологии построения информационного общества в Европе ведутся по следующим вопросам: политика в области приватизации и либерализации телекоммуникаций; развитие универсального обслуживания (universal service); что развивать сначала: сети или услуги, техническое или социально-информационное обеспечение [Вершинская О.Н., 1999: 53-58].

В марте 2000 г. на Лиссабонском саммите стран Европейского Союза было принято решение развивать экономику знаний, т.е. информационную, реализовывать План действий e-Europe и Стратегию трудоустройства в информационном обществе. Упор делался на широком внедрении интернет-технологий и культивировании у населения навыков, необходимых в информационном обществе. Также было признано необходимым создание благоприятных рамочных условий для развития электронной коммерции и информационных услуг [Макаренко Е.А., 2000: 33].

По мнению О.Н. Флор, степень интеграции страны в информационное общество определяется наличием концепции государственной информационной политики, развитием правового обеспечения информационного общества, развитием информационной и коммуникационной инфраструктуры, богатством информационных ресурсов, развитием информационного рынка, международным сотрудничеством в области информации [Флор О.М., 2004: 127].

Отдельно стоит рассмотреть ситуацию в России. Тем более что ее анализировали и такие крупные исследователи, как М. Кастельс. Для крупного промышленного производителя, каким являлся СССР, наиболее прямой дорогой к информационной эпохе было бы улучшение его информационно-технологических отраслей и развитие отечественных производителей полупроводников, компьютеров, телекоммуникационного оборудования и потребительской электроники. Однако российская электронная промышленность сильно отставала от технологического уровня электронной промышленности США, Европы и Восточной Азии в 1980-х гг., и в первой половине 1990-х годов она потерпела крах. Корень проблемы кроется в отсталости советских информационно-технологических отраслей. Анализ микроэлектронных заводов в Зеленограде, проведенный М. Кастельсом и Э. Киселевой в 1991-1993 гг., показал отсутствие высоко-технологичных продуктов и процессов, несмотря на высокую квалификацию ученых и инженеров. Эта задержка в развитии распространялась и на электронную промышленность, в частности, потребительскую электронику, продукты которой не могли соответствовать международным стандартам. Причины запаздывания в развитии информационных технологий глубоко укоренены в структуре советской системы. К ним относится полное доминирование в промышленности военных потребностей; связанная с этим изолированность советской промышленности от технологических ресурсов и от обмена с остальным миром; ограничения на распространение технологических знаний и информации в гражданской промышленности и в обществе. При недостатке технологии, оборудования, ресурсов и ноу-хау российские микроэлектронные отрасли часто становились низкоуровневыми придатками низкоуровневых азиатских производителей, или, в лучшем случае, субподрядчиками, выполняющими отдельные заказы западных фирм.

Исключение составляла небольшая группа компаний, которая продолжила работу с российским Министерством обороны, используя импортируемые детали и иностранную технологию (полученную по лицензии или скопированную). Министерство обороны проявляло оправданное беспокойство по поводу технологической зависимости России от западных поставщиков. Однако его стремление сохранить электронные фирмы, работающие на военную промышленность, и при этом изолировать их от мирового рынка привело к повторению ошибки советской эпохи — подрыву конкурентоспособности фирм и замыканию их в старых технологиях. Поскольку в результате относительной изоляции многие продукты российской микроэлектроники становятся несоответствующими передовому уровню военной электроники, российские военные все в большей степени обращаются к мировому рынку в поиске ресурсов, сокращая, таким образом, рыночную долю российских поставщиков, которых они сами ограничили рамками отсталой, доморощенной технологии из соображений безопасности [Кастельс М., Киселева Э., 2001].

Ряд ученых считают, что формирование информационного общества в России затрудняют наличие ряда факторов, к числу которых относятся: низкое материальное положение народа, что затрудняет приобретение людьми для индивидуального пользования информационной техники; отсутствие необходимого количества и качества отечественных средств современной информационной технологии; неготовность пользователей использовать информационную технологию, низкая компьютерная грамотность населения; внедрение информационной технологии без необходимого изучения и учета человеческого фактора — психологии работников производства, психологических перегрузок и стрессов инженеров и рабочих в процессе внедрения и освоения этой технологии; инерция мышления, ориентация на старые привычные способы мышления, страх перед новой незнакомой компьютерной техникой и технологией и даже некоторое недоверие к ее возможностям; социальная боязнь того, что автоматизация, роботизация, кибернетизация производства полностью заменит человека, вытеснит его из сферы материального производства и создаст массовую безработицу, непонимание выгод и преимуществ информационной технологии [Негодаев И.А., 1999].

В мае 1999 г. Государственной комиссией по информатизации при Государственном комитете Российской Федерации по связи и информатизации была одобрена Концепция формирования информационного общества в России. В этой концепции к характерным чертам и признакам информационного общества относятся: формирование единого информационно-коммуникационного пространства России как части мирового информационного пространства, полноправное участие России в процессах информационной и экономической интеграции регионов, стран и народов; становление и в последующем доминирование в экономике новых технологических укладов, базирующихся на массовом использовании перспективных информационных технологий, средств вычислительной техники и телекоммуникаций; создание и развитие рынка информации и знаний как факторов производства в дополнение к рынкам природных ресурсов, труда и капитала, переход информационных ресурсов общества в реальные ресурсы социально-экономического развития, фактическое удовлетворение потребностей общества в

информационных продуктах и услугах; возрастание роли информационно-коммуникационной инфраструктуры в системе общественного производства; повышение уровня образования, научно-технического и культурного развития за счет расширения возможностей систем информационного обмена на международном, национальном и региональном уровнях и, соответственно, повышение роли квалификации, профессионализма и способностей к творчеству как важнейших характеристик услуг труда; создание эффективной системы обеспечения прав граждан и социальных институтов на свободное получение, распространение и использование информации как важнейшего условия демократического развития. Считается, что в России за последние 7-10 лет сформировались такие факторы социально-экономического, научно-технического и культурного развития, которые можно рассматривать как предпосылки перехода к информационному обществу. К таким предпосылкам относятся:

- 1.1. Информация становится общественным ресурсом развития, масштабы ее использования стали сопоставимыми с традиционными (энергия, сырье и т.д.) ресурсами.
- 1.2. Можно говорить о том, что в России сформировался и успешно развивается отечественный рынок телекоммуникаций, информационных технологий, продуктов и услуг.
- 1.3. В целом в стране, несмотря на экономический спад, растет парк ЭВМ, ускоренными темпами идет развитие систем и средств телекоммуникации.
- 1.4. В значительной степени информатизированы многие отрасли хозяйства, банковская сфера и сфера государственного управления.
- 1.5. В общественном мнении складывается понимание актуальности задачи перехода к информационному обществу с политической и экономической точек зрения.
- 1.6. Сегодня Россия является частью мирового политического и экономического сообщества в такой степени, в какой она никогда не была в прошлом.
- 1.7. Сформирована и функционирует государственная структура, ответственная за создание и развитие информационно-технологического базиса обеспечения процессов перехода. Стратегической целью перехода к информационному обществу создатели концепции объявили создание развитой информационно-коммуникационной среды общества и интеграция России в мировое информационное сообщество, что должно обеспечить существенное повышение качества жизни населения и социально-политическую стабильность общества и государства. При этом государство играет ведущую роль в обеспечении процесса перехода к информационному обществу за счет: координации деятельности различных участников этого процесса; развития институтов демократии на всей территории страны, обеспечения, всеми возможными правовыми мерами, соблюдения прав граждан в условиях информационного общества и формирования информационно открытого общества; сохранения в своих руках политических, экономических и правовых механизмов, регламентирующие «правила игры» для участников этого процесса; создания адекватной новым условиям законодательной и нормативно-правовой баз, форм и методов административного регулирования, способствующих притоку инвестиций и развитию справедливой конкуренции; привлечения к активному участию в процессе перехода частного сектора экономики; предоставления свободы выбора направлений деятельности предпринимательским структурам, заинтересованным в развитии производства и отечествен-

ного рынка информационно-коммуникационных средств, продуктов и услуг. Государство выступает катализатором происходящих перемен в интересах развития общества и личности. С этой целью оно: ведет борьбу с монополизмом и осуществляет контроль за концентрацией собственности в СМИ и телекоммуникационном бизнесе; юридически и технологически обеспечивает права на доступ к информации и информационным ресурсам для всего населения, а также охрану персональных данных, гарантирует гражданам предоставление постоянно расширяющегося набора информационных услуг (телефонная связь, электронная почта, мультимедийное образование и др.); гарантирует свободу слова независимо от технологической среды распространения информации; принимает меры по укреплению многонациональной культуры, русского и национальных языков, противостоит информационно-культурной экспансии других стран, осуществляемой через СМИ и открытые информационные сети, способствует сохранению языковой и культурной самобытности, вырабатывает государственную политику по развитию российской части Интернета; обеспечивает широкое использование телемедицины для населения отдаленных регионов; осуществляет и целенаправленное использование информационных и коммуникационных технологий для расширения диалога власти и граждан. Были выделены два варианта перехода России к информационному обществу. Первый вариант — повторение того пути, который уже пройден или проходит другими странами, в основном, европейскими. Он требует значительных капиталовложений, достаточно короткий по времени (не более 7-10 лет до выхода на средневропейский уровень информатизации при условии 2-3% темпа экономического роста). Скорость движения по такому варианту будет обеспечиваться выделенными средствами (не менее 5-7% ВВП). Кроме того, этот путь будет требовать существенного изменения российского менталитета и переориентации общественного сознания на цели, приоритеты и направления развития, свойственные американскому или европейскому образу жизни. Второй вариант — нахождение пути, ориентированного на чисто российские критерии и характеристики качества жизни, социально-культурные особенности и требующего в сегодняшних социально-экономических условиях лишь минимальных капиталовложений со стороны государства. Этот путь нетрадиционный, непробированный. Однако он требует хотя бы минимальных темпов экономического роста, политической стабильности в обществе и политической воли исполнительной и законодательной власти, поставившей перед обществом задачу перехода к информационному обществу как задаче высокого приоритета. Из-за финансовых трудностей авторы концепции избрали второй путь. При этом основой российского пути должны явиться: информатизация всей системы общего и специального образования — от детского сада до окончания высшей школы и последующих форм подготовки и переподготовки специалистов; повышение роли квалификации, профессионализма и способностей к творчеству как важнейших характеристик человеческого потенциала; формирование и развитие индустрии информационных и коммуникационных услуг, в том числе домашней компьютеризации, ориентированной на массового потребителя; обеспечение сферы информационных услуг духовным содержанием, отвечающим российским культурно-историческим традициям, в том

числе организация мощного русскоязычного сектора в Интернете. Основные направления реализации предлагаемого пути перехода, должны охватывать две главные составляющие информационной среды общества: создание и развитие технико-технологической базы реализации выбранного пути; разработку и реализацию политических, социальных, экономических, правовых, организационных и культурных решений, обеспечивающих движение по выбранному пути. В технико-технологическое направление входят следующие компоненты: формирование и развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры страны, обеспечивающей реализацию процессов создания, хранения, распространения и использования информации и обеспечение доступа к ней широких слоев населения (национальных и корпоративных информационных и телекоммуникационных сетей и систем, российских звеньев мировых открытых сетей, сетей связи; центров обработки информации различного назначения и т.д.); совершенствование и развитие системы национальных информационных ресурсов и технологий доступа к ним (баз и банков данных, архивов, библиотек и музейных хранений и т.п.); совершенствование и развитие вычислительных ресурсов (модернизация парка СВТ в целом и по типам ЭВМ, домашние компьютеры, системное и прикладное программное обеспечение, система сервисного обслуживания и т.п.); совершенствование и развитие телекоммуникационных ресурсов (линии и каналы связи всех видов, коммутационная техника, комплексы приема-передающих систем и устройств, компьютерная телефония и т.п.); создание и развитие новых информационных, компьютерных и телекоммуникационных технологий, обеспечивающих реализацию процессов сбора, накопления, хранения, передачи и доставки информации, ее целостность, доступность и конфиденциальность; совершенствование и развитие технической базы и технологий средств массовой информации (компьютерная техника для электронных и печатных изданий, радио- и ТВ-студий, приема-передающие устройства и т.п.). В политическое, социально-экономическое и социально-культурное направление входят следующие компоненты: формирование и развитие единого информационно-культурного пространства как необходимого условия политического и духовного объединения народов России и вхождения страны в мировое информационное сообщество как равноправного партнера, расширения международного научного и культурного сотрудничества; совершенствование и развитие системы информационного законодательства и механизмов его реализации; совершенствование и развитие системы распространения массовой информации и формирования общественно-политического климата в стране, благоприятного для перехода к информационному обществу; совершенствование и развитие системы обеспечения личной и общественной безопасности в информационной сфере, предотвращение угроз использования новых информационных технологий в качестве оружия, информационного терроризма и информационного криминала; укрепление и развитие экономического потенциала процессов формирования информационного общества (государственная поддержка отечественных производителей средств информатизации, информационных продуктов и услуг; комплекс мер по экономическому регулированию рынка информационных технологий, продуктов и услуг, в том числе в области налоговой, тамо-

женной и кредитно-финансовой политики); формирование развитых информационных потребностей и информационной культуры населения и стимулирование платежеспособного спроса на информационные продукты и услуги; государственная поддержка производителей и потребителей информационных технологий, продуктов и услуг для социально значимых программ (сфер труда и занятости, здравоохранения, социального обеспечения, высшего и среднего образования, дошкольного обучения, миграции населения, культуры, быта и досуга и т.п.); развитие массовой домашней компьютеризации; государственная поддержка систем массовой подготовки и переподготовки кадров для работы в информационных и коммуникационных системах нового поколения [Концепция..., 1999: 3-11].

В Украине 9 января 2007 года был принят Закон Украины «Об основных принципах развития информационного общества в Украине на 2007-2015 годы», который утвердил «Основные принципы развития информационного общества в Украине на 2007-2015 годы». В этих принципах основной задачей развития информационного общества в Украине называется содействие каждому человеку на основе широкого использования современных информационно-компьютерных технологий возможностей создавать информацию и знания, пользоваться и обмениваться ими, производить товары и предоставлять услуги, в полной мере реализуя свой потенциал, повышая качество своей жизни и содействуя устойчивому развитию страны на основе целей и принципов, провозглашенных Организацией Объединенных Наций, Декларации принципов и Плана действий, наработанных на Всемирных встречах на высшем уровне по вопросам информационного общества (Женева, декабрь 2003 года; Тунис, ноябрь 2005 года) и Постановления Верховной Рады Украины от 1 декабря 2005 года «О Рекомендациях парламентских слушаний по вопросам развития информационного общества в Украине». Развитие информационного общества в Украине и внедрение новейших информационно-компьютерных технологий во все сферы общественной жизни и в деятельность органов государственной власти и органов местного самоуправления определяется одним из приоритетных направлений государственной политики. Названы такие основные стратегические цели развития информационного общества в Украине: ускорение разработки и внедрение новейших конкурентоспособных информационно-компьютерных технологий во все сферы общественной жизни, в частности в экономику Украины и в деятельность органов государственной власти и органов местного самоуправления; обеспечение компьютерной и информационной грамотности населения, прежде всего путем создания системы образования, ориентированного на использование новейших информационно-компьютерных технологий в формировании всесторонне развитой личности; развитие национальной информационной инфраструктуры и ее интеграция с мировой инфраструктурой; государственная поддержка новых «электронных» секторов экономики (торговли, предоставления финансовых и банковских услуг и т.д.); создание общегосударственных информационных систем, прежде всего в сферах здравоохранения, образования, науки, культуры, охраны окружающей среды; сохранение культурного наследия Украины путем его электронного документирования; государственная поддержка использования новей-



ших информационно-компьютерных технологий средствами массовой информации; использование информационно-компьютерных технологий для совершенствования государственного управления, отношений между государством и гражданами, становления электронных форм взаимодействия между органами государственной власти и органами местного самоуправления, физическими и юридическими лицами; достижение эффективного участия всех регионов в процессах становления информационного общества путем децентрализации и поддержки региональных и местных инициатив; защита информационных прав граждан, прежде всего по доступности информации, защите информации о лице, поддержке демократических институтов и минимизации риска «информационного неравенства»; совершенствование законодательства по регулированию информационных отношений; улучшение состояния информационной безопасности в условиях использования новейших информационно-компьютерных технологий. Основными направлениями развития информационного общества в Украине определены: формирование и введение правовых, организационных, научно-технических, экономических, финансовых, технологических, методических условий развития информационного общества в Украине с учетом мировых тенденций; всестороннее развитие общедоступной информационной инфраструктуры на основе содействия отечественному производству новейших ИКТ и информационно-телекоммуникационных систем, преодоления технической и технологической зависимости от зарубежных производителей; обеспечение свободного доступа населения к телекоммуникационным услугам, в частности к сети Интернет, ИКТ и информационным ресурсам; увеличение разнообразия и количества услуг населению и бизнесу, предоставляемых с помощью ИКТ; создание общедоступных электронных информационных ресурсов на основе учета национальных, мировоззренческих, политических, экономических, культурных и других аспектов развития Украины; предоставление каждому человеку возможности для получения знаний, умений и навыков с использованием ИКТ во время обучения, воспитания и профессиональной подготовки; создание условий для обеспечения компьютерной и информационной грамотности всех слоев населения, создание системы мотиваций по внедрению и использованию ИКТ для формирования широкого спроса на такие технологии во всех сферах жизни общества; обеспечение участия общественности в развитии информационного общества, обеспечение конституционных прав человека, общества и государства в информационной сфере; разработку и внедрение системы индикаторов развития информационного общества в Украине с внесением соответствующих изменений в систему государственных статистических наблюдений с согласованием их с международными стандартами, методологией и ежегодным их обновлением [Закон..., 2007].

Как видим, разные регионы с разной скоростью переходят к информационному обществу. Одновременно, можно заметить ряд закономерностей. В частности, государство стремится играть активную роль в процессе ускорения этого перехода. Кроме того, важнейшую роль играют усилия частного сектора. Среди моделей информационного общества, стоит выделить американскую, европейскую и азиатскую. Они отличаются как по приоритетам, так и по путям достижения цели.

## Резюме

Принято считать, что термин «информационное общество» возник в конце 60-х гг. XX ст., а его авторство принадлежит профессору Токийского технологического института Ю.Хайяши.

По мнению японских исследователей, в частности И.Масуды, информационное общество будет бесклассовым и бесконфликтным, с небольшим правительством и государственным аппаратом, а главной ценностью будет не потребление товаров, а время. Это станет результатом обеспечения доступа к надежным источникам информации, освобождения от рутинной работы, высокого уровня автоматизации производства, увеличения доли инноваций, дизайна и маркетинга в стоимости продукции.

Существуют разные подходы относительно терминов «информационное общество» и «постиндустриальное общество». Часть исследователей считает, что это тождественные понятия, а часть считает, что они отличаются. Но, в целом, понятие «постиндустриальное общество» имеет большую историю и лучше теоретически разработано. Сам термин «постиндустриальное общество» ввел в научный оборот американский социолог Д.Рисмен в 1958 г. Д. Белл выделял три аспекта, которые играют тут определяющую роль: переход от индустриального к сервисному обществу; решающее значение кодифицированного теоретического знания для осуществления технологических инноваций; превращение новой интеллектуальной технологии в ключевой инструмент системного анализа и теории принятия решений.

Ученые выделяют такие основные характеристики этого типа общества: увеличение роли информации и знаний в жизни общества, рост объемов информационно-коммуникационных продуктов и услуг; создание глобального информационного пространства для обеспечения эффективного информационного взаимодействия людей, их доступа к мировым информационным ресурсам и удовлетворения их потребностей в информационных продуктах и услугах.

Ряд ученых критикуют представление о переходе человечества к информационному обществу. Во-первых, они считают, что нельзя противопоставлять тысячелетиям доиндустриального общества три столетия индустриального, а последнему несколько десятилетий постиндустриального. Во-вторых, выражается сомнение, что уровня постиндустриального общества смогут достичь даже все наиболее развитые капиталистические страны. В-третьих, считается, что концепция постиндустриального общества носит утопический характер. Эти аргументы представляются несостоятельными. Об ускорении развития человечества свидетельствуют множество исторических фактов и все основные периодизации цивилизаций. К информационному обществу (в основных его параметрах) пришли не только развитые, но и многие развивающиеся страны, которые благодаря этому прорыву преодолели свою отсталость (Сингапур, Малайзия, Индия, Бразилия и множество других примеров). Что касается утопического характера представления об информационном обществе, то следует отметить, что информационные технологии вошли

не только в производственную практику, но и в повседневную жизнь значительной части человечества. Необходимо также отметить, что свойственное ряду ученых выдвигание на первый план национального, государственного не совсем корректно в случае информационного общества, которое нивелирует национальные различия, разрушает границы (прежде всего, в общении), а вместе с глобализацией приводит к утрате государствами некоторых своих функций.

Также следует откинуть беспокойство по поводу того, что разрыв в знаниях приведет к возникновению субцивилизации, которая, находясь на более низком уровне развития, может преодолеть прогресс и откинуть общество далеко назад. Беспокойство по этому поводу представляется преувеличенным, т.к. разрыв знаний не является катастрофическим (увеличивается возможность для получения знаний бедными слоями населения и населением бедных стран). Кроме того, представление о необразованной части населения как о более агрессивной и боепособной скорее принадлежат миру фантастики, а не науки.

Кроме того, возникает вопрос об отделении информационного общества от других формаций, т.к. при любом типе общества происходит обмен информацией, иначе общественная жизнь была бы невозможна. Большинство исследователей решают его таким образом: в информационном обществе основное общественное богатство производится в информационной сфере.

Вообще, термин «информационное общество» используется достаточно широко, но все еще нет консенсуса между учеными по поводу определения этой дефиниции. При переходе к информационной фазе развития серьезные изменения происходят в экономическом плане. Вперед выходят информационно-емкие производства, резко возрастает доля информационных продуктов в ВВП, меняется характер взаимоотношений между работником и производством. Некоторые исследователи даже делают вывод о саморазрушении основ капиталистической рыночной экономики. При этом не совсем понятно, каким образом и вследствие каких причин происходит такое саморазрушение, каковы его признаки.

В политическом плане основой информационного общества служит свобода информации, которая должна вести к консенсусу между различными классами. Опять-таки остается непонятным механизм достижения такого консенсуса. В информационном обществе инструментом власти становится привилегированный доступ к информации и возможность ее манипулировать. При этом группы, которые лишены такой возможности, будут занимать маргинальное положение и вряд ли придут к консенсусу с господствующими классами. Существует мнение, что конфликты в информационном обществе перейдут с плоскости национальной и классовой в плоскость взаимоотношений индивида с социальными организациями и объединениями. При этом, в основном, имеется в виду противостояние индивида и бюрократии. А.Турен считал, что впервые анализ общества должен стать чисто социологическим, т.к. исследовать его нужно исключительно в терминах социальных отношений. Появился даже термин «киберкратия», т.е. своего рода социальный интеллект, который складывается в результате взаимодействия людей через Интернет, а также «информационная

стратификация», которая свидетельствует о расслоении общества в зависимости от доступа к информационным ресурсам. При этом представляются преувеличенными опасения относительно неолуддистских выступлений. Бесспорно, внедрение новых технологий и условий работы вызывает отторжение у части населения, но говорить о серьезности такой проблемы вряд ли стоит. Спорным представляется вывод ряда исследователей о том, что уровень знаний, а не собственность становится определяющим фактором социальной дифференциации в информационном обществе. Скорее можно говорить о том, что владельцы крупной собственности имеют привилегированный доступ к знаниям, естественно приводящий к связке «богатый-знающий».

Более серьезной, хотя, возможно, и преувеличенной, является проблема трансформации межличностной коммуникации. Она должна стать предметом детального анализа на основе экспериментальных данных. Особо стоит отметить создание глобально информационного пространства, что позволяет обмениваться беспрецедентными объемами информации.

Теории собственно информационного общества довольно таки трудно выделить из общего массива теорий общества, следующего за индустриальным. Однако многие авторы употребляют различные названия этого общества (напр., постиндустриальное) фактически как синонимы.

#### *Йонэдзи Масуда*

Целостную концепцию информационного общества, его принципов и особенностей разработал известный японский ученый И. Масуда. Он считал, что фундаментом нового общества будет компьютерная технология, главная функция которой будет состоять в замещении либо значительном усилении умственного труда человека. Основными характеристиками информационного общества он считал глобализм, выход человечества на космический уровень сознания; мировой симбиоз человека и природы; переход к существованию человечества в глобальном информационном пространстве.

#### *Дэниел Белл*

Дэниел Белл был одним из первых теоретиков информационного общества. За время своей деятельности он постепенно перешел от формулировки «постиндустриальное» к «информационному обществу». По его словам, к этому подталкивала динамика изменений, которые происходили в сфере коммуникаций.

Д. Белл установил пять компонентов или измерений термина «постиндустриальное общество»: 1) экономика — переход от товаропроизводящей к обслуживающей экономике; 2) распределение населения по роду занятий — преимущество профессионально-техническому классу; 3) осевой принцип — ведущая общественная роль теоретического знания как источника нововведений и политических формулировок; 4) ориентация на будущее — контроль технологий и технологической оценки; 5) принятие решений — сознание новой «интеллектуальной технологии».

Взгляды Д. Белла в свое время легли в основу представлений о том, каким будет общество при переходе от XX в XXI век. Во многом его прогнозы оказались верными. Необходимо отметить, что Д. Белл не был ортодоксом, его взгляды на перспективы развития информационного

общества неоднократно корректировались в зависимости от изменения эмпирических данных.

### *Элвин Тоффлер*

Американский футуролог Э.Тоффлер известен своей трилогией об изменениях, которые происходят и будут происходить в обществе при переходе к информационной стадии развития.

Э.Тоффлер считал, что до настоящего времени человечество пережило две гигантских волны перемен, каждая из которых уничтожала предшествующие культуры, заменяя их принципиально новым образом жизни. Первая волна — сельскохозяйственная революция — длилась тысячелетия, вторая — промышленная цивилизация — триста лет. Ускорение общественного развития, по Э.Тоффлеру, возрастает, и вполне вероятно, что третья волна продлится только несколько десятилетий. Её воздействием является, в частности, разрыв семейных уз, колебания в экономике, паралич политических систем, разрушение наших ценностей. Третья волна является одновременно и высокотехнологичной, и антииндустриальной цивилизацией.

В масс-медиа Э.Тоффлер отмечал основные принципы фабричного производства. Все они штампуют одинаковые сообщения для миллионов мозгов, так же как фабрика штампует один и тот же товар, чтобы он использовался в миллионах домов. Стандартизированные, массово изготовленные «факты», двойники стандартизированных, массово изготовленных продуктов, поступают от немногочисленных фабрик по изготовлению образов к миллионам потребителей. Без этой обширной и мощной системы информации, передающейся по разным каналам, индустриальная цивилизация не смогла бы оформиться и надежно функционировать. Массмедийную информацию Э.Тоффлер сравнивал с информационной бомбой, которая взрывается в самой гуще людей, осыпая нас шрапнелью образов и в корне меняя и восприятие нашего внутреннего мира, и наше поведение. В эпоху Второй волны масс-медиа захватывали все большую и большую власть. Сейчас же происходят глубокие перемены. В период Третьей волны масс-медиа вынуждены поделиться своим влиянием. Они потерпели поражение от явления «демассификации».

Э.Тоффлер считал, что сейчас мы не получаем готовую ментальную модель реальности, мы вынуждены постоянно формировать ее и переформировывать. Это ложится на нас тяжелым грузом, но это же ведет к большей индивидуальности, демассификации как личности, так и культуры. Кроме прочего, демассификация цивилизации, отражением и усилением которой являются медиа, влечет за собой огромный скачок объема информации, которой мы обмениваемся друг с другом. И этот рост объясняет, почему мы становимся информационным обществом.

Взгляды Э.Тоффлера не пользовались особой популярностью в научном мире. Его новации были встречены сдержанно. Особой критике подвергались его взгляды о том, что проблемы будущего решаются при помощи технических информационных средств, а также конкретные положения его практопии (так он называл свои работы в отличии от утопий). В частности, взгляды Э.Тоффлера на прогрессивную роль «электронных коттеджей» критиковались как рефеодализм. Неприятие вызывают положения Э.Тоффлера о коренных изменениях в масс-медиа,

когда рыночные отношения отомрут (непонятно каким образом в ходе Третьей волны), а концентрация медиа-собственности не будет представлять угрозы. Но, тем не менее, работы Э.Тоффлера вызвали бурную научную дискуссию и привлекли внимание научной общественности к неразработанным проблемам возникновения и функционирования информационного общества.

### *Мануэль Кастельс*

Мануэль Кастельс стал известен в коммуникативистике благодаря своим работам, посвященным теории информационного общества.

В этом направлении центральной его работой стала трилогия «Информационная эпоха: экономика, общество и культура» (1996-1998), в которой он попытался осмыслить закономерности перехода общества к информационной фазе развития.

М.Кастельс считал, что в новом, информациональном способе развития источник производительности заключается в технологии генерирования знаний, обработки информации и символической коммуникации. При этом знания и информация являются критически важными элементами во всех способах развития, так как процесс производства всегда основан на некотором уровне знаний и на обработке информации.

М.Кастельс проводил аналитическое разграничение между понятиями «информационное общество» (information society) и «информациональное общество» (informational society) с аналогичными подтекстами для информационной/информациональной экономики. Термин «информационное общество» тут подчеркивает роль информации в обществе. В противоположность этому, термин «информациональное» указывает на атрибут специфической формы социальной организации, в которой благодаря новым технологическим условиям, возникающим в данный исторический период, генерирование, обработка и передача информации стали фундаментальными источниками производительности и власти. При этом он писал, что одной из ключевых черт информационного общества является сетевая логика его базовой структуры, что и объясняет концепцию «сетевого общества».

М. Кастельс писал о коммуникационной системе, которая в противоположность историческому опыту прошлого создает реальную виртуальность? Это — система, в которой сама реальность (т.е. материальное/символическое существование людей) полностью схвачена, полностью погружена в виртуальные образы, в выдуманный мир, мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране, через который передается опыт, но сами становятся опытом. Все сообщения всех видов заключены в средстве, ибо средство стало настолько всеобъемлющим, настолько разнообразным, настолько послушным, что абсорбирует в одном и том же мультимедиа-тексте целостность человеческого опыта. В конце своей трилогии М. Кастельс попробовал высказать несколько прогнозов развития общества на границе тысячелетий. Он писал, что информационно-технологическая революция выявит свой преобразовательный потенциал. XXI столетие будет отмечено завершением глобальных информационных супермагистралей, мобильной телекоммуникацией и вычислительной мощностью, децентрализующими власть информации, осуществляя надежды, возлагав-

шиеся на мультимедиа, увеличивая удовольствие от интерактивных коммуникаций. К тому же это будет век полного расцвета генетической революции. Впервые человек проникнет в секреты жизни и будет способен производить значительные манипуляции с живой материей. Созревание информационной экономики, диффузия и надлежащее использование информационной технологии как системы, по всей вероятности, освободят производительный потенциал этой технологической революции. Для М. Кастельса не было сомнения, что XXI в. будет свидетелем роста экстраординарной по историческим стандартам системы производства. Человеческий труд будет производить больше и лучше при значительно меньших усилиях. Умственный труд заменит физические усилия в большинстве производственных секторов экономики. Однако доля этого богатства, достаемаяся индивидам, будет зависеть от их доступа к образованию, а обществу в целом — от его социальной организации, политической системы и политических курсов. Он считал, что глобальная экономика в XXI в. будет расширяться, используя значительное увеличение мощности телекоммуникаций и обработки информации. Она проникнет во все страны, на все территории, во все культуры, во все коммуникационные потоки и во все финансовые сети, неустанно просматривая планету в поисках новых возможностей извлечения прибыли.

Необходимо отметить, что М. Кастельс употреблял термины «информационное общество» и «сетевое общество» как синонимы. Он утверждал, что информационное общество может существовать и существует в виде множества общественных и культурных моделей. Но оно имеет также и некоторые общие структурные черты: основано на генерировании знаний и обработке информации с помощью информационных технологий на базе микроэлектроники; организовано в сети; все виды деятельности на глобальном уровне интегрированы в сети, которые благодаря телекоммуникационной и транспортной инфраструктуре работают как единый механизм.

Работы М. Кастельса являются интересной попыткой на базе огромного эмпирического материала осмыслить закономерности движения общества к информационной фазу развития. Вместе с тем, отдельные его положения вызывают сомнения. В частности, бездоказательно утверждается тезис о возрастающем противопоставлении общества и индивида, о росте общественных движений и т.д. Процесс предоставления доказательств дает возможность подозревать в воззрениях М. Кастельса технологический детерминизм. Ощущается мощное влияние марксизма.

Бесспорно, М. Кастельс — это основной теоретик сетевого общества, видящий в нем основную тенденцию современного развития.

Следует отметить, что, в отличие от некоторых других классиков постиндустриализма, М. Кастельс не считал, что информационная экономика представляет собой отрицание индустриальной. Наоборот, по его мнению, информационная экономика входит в индустриальную, является ее частью. Он также идеализирует возможности информационной экономики, в частности, в получении прибыли.

В отношении масс-медиа М. Кастельс находился под сильным влиянием взглядов М. МакЛюэна. К сожалению, он не смог предвидеть

темпов роста Интернета, и его прогнозы относительно того, что компьютерная коммуникация будет доступна только образованной части общества, звучат более чем спорно.

*Том Стоуньер*

Известный английский ученый Т. Стоуньер утверждал, что информацию, подобно капиталу, можно накапливать и хранить для будущего использования. Т. Стоуньер выдвинул идею, что инструменты и машины, будучи овеществленным трудом, суть в то же время овеществленная информация. Он считал, что эта идея справедлива по отношению к капиталу, земле и любому другому фактору экономики, в котором овеществлен труд. Нет ни одного способа производительного приложения труда, который в то же самое время не был бы приложением информации. Более того, информацию, подобно капиталу, можно накапливать и хранить для будущего использования. По мнению Т. Стоуньера, в постиндустриальном обществе национальные информационные ресурсы суть его основная экономическая ценность, его самый большой потенциальный источник богатства.

В целом, Т. Стоуньер повторяет основные положения других классиков постиндустриализма. Стоит отметить, что он исследует новую экономику, в основном, в духе марксистской традиции. Для Т. Стоуньера, как и для большинства теоретиков информационного общества, характерно преувеличение его возможностей и слабое внимание к проблемам. В частности, Т. Стоуньер подчеркивал высокую роль профсоюзов, игнорируя тот фактор, что в постиндустриальную эпоху работники более разобщены, а организация производства приобретает сетевой характер. Т.е. как показывает опыт, возрастает социальная изолированность и апатия, а роль профсоюзов уменьшается. Также Т. Стоуньер пишет о беспрецедентном изобилии в новом обществе, игнорируя тот факт, что это изобилие создано индустриальным обществом.

*Фрэнк Уэбстер*

Британский ученый Ф. Уэбстер провел комплексный анализ наиболее авторитетных научных теорий, касающихся информационного общества и проблем современной эпохи. Его центральная работа — «Теории информационного общества» — рассматривает теории второй половины XX ст. и содержит критический разбор взглядов Д. Белла, М. Кастельса, Г. Шиллера, Ю. Хабермаса, Э. Гидденса, Ж. Бодрийяра, Ж.-Ф. Лиотара, З. Баумана и др.

Ф. Уэбстер обратил внимание на сложность определения той точки на технологической шкале, достигнув которой общество может считаться информационным. Это вопрос является центральным при формулировании любого приемлемого определения информационного общества. Особо он критиковал футурологов, которые не принимают это во внимание. Они делают вывод о появлении информационного общества уже из самого факта появления новых технологий.

Особое внимание Ф. Уэбстер обращал на роль теоретического знания вообще и в современном обществе в частности. Вопрос о теоретическом знании редко возникает среди философов и социологов, интересующихся информационным обществом. Теоретическое знание



имеет мало общего с информационными технологиями, с качествами информации как товара, сдвигами в структуре занятости или с информационными потоками (хотя, конечно, каждая из этих тем какое-то отношение к теоретическому знанию имеет). Однако легко заметить, что речь идет об одной из характерных черт нашего времени. Термин ввел Д. Белл, но он, по мнению Ф. Уэбстера, мало обращал внимания на само явление, увлекшись такими количественными показателями, как распространение высшего образования и занятость в сфере исследований и разработок. Под теоретическим знанием здесь понимается абстрактное, обобщаемое и кодифицированное знание. Теоретическое знание составляет суть современных общественных отношений. При этом Ф. Уэбстер напоминает, что это утверждение отнюдь не означает, что мы живем в информационном обществе. Конечно, теоретическое знание может быть где-то не очень четким, но роль, которую оно играет, отличает наше общество от предшествующих, и потенциал этого знания проявляется в том, что оно позволяет влиять на будущее. Ф. Уэбстер считает, что после того как мы твердо установили роль информации в развитии капиталистического общества и признали место рефлексивной модернизации и теоретического знания, накоплением которого сопровождается развитие капитализма, мы создали исключительные условия для управления собственным будущим.

Работа Ф. Уэбстера представляет собой выдающуюся попытку проанализировать основные концепции современного общества. Стоит только отметить, что сам автор, к сожалению, не четко обосновал собственное видение современного этапа развития человечества.

### *Питер Дракер*

Известный американский экономист Питер Дракер (он является одним из создателей современной теории менеджмента) считал, что новую стадию развития общества нужно назвать обществом знания. Т.е. это то общество, где главным экономическим ресурсом есть знание, а остальные ресурсы (полезные ископаемые, капитал, труд) приобретаются при помощи знания.

### *Рольф Йенсен*

Информационное общество только недавно вступило в свои права, а мы уже наблюдаем появление работ, посвященных следующим типам обществ. Датчанин Р. Йенсен в 1998 г. попытался обосновать наступление после информационного общества следующей стадии развития человечества — общества мечты. В этом обществе основная часть покупок будет осуществляться под воздействием эмоций. Товары будут апеллировать к сердцам, а не головам. На рынке победит тот, кто добавит эмоциональности товарам и услугам. Будущее, по образному выражению Р. Йенсена, принадлежит рассказчикам. Т.е., в обществе мечты компании, сообщества и отдельные люди будут преуспевать на основе своих историй, а не вследствие обладания информацией

Можно по-разному относиться к прогнозам футурологов, в частности, Р. Йенсена. К сожалению, большинство из них носят умозрительный характер и не подкреплены эмпирической базой. В частности, Р. Йенсен прогнозирует наступление общества мечты, основываясь фактичес-

ки только на изменениях в маркетинговой политике. Но эти изменения наступили примерно в то же время, что и первые упоминания об информационном обществе — 60-е гг. XX ст. Возможно, эти изменения следует рассматривать как одну из характеристик информационного общества. В период зрелого индустриализма произошло насыщение рынка товарами и услугами одинакового качества и одинаковой ценовой категории. В этих условиях, продукты позиционируются не по своим потребительским качествам, а по апеллированию к ценностям потребителя. Вряд ли это можно назвать новой страницей в истории человечества. Так же неубедительны ссылки на то, что мы вступаем в эпоху, когда человек переориентируется с материальных на духовные ценности. Во многих традиционных обществах материальные ценности не были первоочередными. Таковыми они не являются и сегодня во многих восточных обществах. Без сомнения, информационная эпоха не последняя в истории человечества. Но сегодня еще не хватает научных разработок о перспективах его развития.

*Александр Бард и Ян Зодерквист*

Александр Бард и Ян Зодерквист видят развитие цивилизации через электронные сетевые структуры. По их мнению, в информационном обществе возникает новое нетократическое мировоззрение. Информацию тут является основой цивилизации, а перераспределение власти происходит вследствие революционных трансформаций базовых технологических условий, т.е. базовая гегемония обеспечивается фундаментальными технологиями. Переход к сетевому обществу благодаря глобальной компьютерной сети Интернет происходит вне контроля человека, он неминуем, технологии живут собственной жизнью, они изменяют наш лексикон, мышление, т.е. происходят радикальные изменения интеллектуальной среды существования. Для увеличения независимости и власти масс-медиа стремятся избежать давления со стороны политиков, делая их основной мишенью своей критики. Они формируют миф о политиках как коррупционерах, которые обманывают избирателей. Таким образом, медиа начинают курировать политическую арену, превращая политиков в актеров мыльной оперы. Избиратели же играют пассивную роль наблюдателей. В медиа-драматургии квалификация и компетентность политиков уступают место телегенности, сексуальности, способности обеспечивать шумные скандалы (агрессивности). При этом то событие, на которое медиа не обратили внимание, не считается событием вообще. Статистические данные на страницах или в эфире медиа не свидетельствуют об общественном мнении, а формируют его. Нормой политической жизни становится «духовный стриптиз» — внимание к личной жизни политиков, а не серьезные проблемы, которые требуют осмысления. Результатом, по мнению А. Барда и Я. Зодерквиста, станет гибель института избирательной демократии и полная диктатура масс-медиа. Политики же будут иметь только церемониальные функции. Такой пессимистический прогноз вызывает несколько скептическое отношение. Теория еще одного масонского заговора, теперь со стороны медиа, не подкрепляется фактическими данными. Медиа, хотя и имеют определенное влияние на поле политики, но не формируют его в принципиальных вопросах. Они разобщены

и плюралистичны и по своим взглядам, и по структуре собственности. Кроме того, не медиа порождают коррупцию в политике, они только сообщают о ней. И если этих сообщений не будет, то коррупция не исчезнет, а наоборот расцветет. В период нетократии властью будут обладать представители привилегированных сетей. Доступ к ним будет открыт, но только индивидуумы, способные на высоком уровне воспринимать и обрабатывать информацию, интеллектуально будут способны принимать в них участие. Таким образом, отбор будет происходить в зависимости от врожденных качеств.

#### *Френсис Фукуяма*

Политологический подход к изменениям в современном обществе, в частности, попробовал представить американский исследователь Френсис Фукуяма. Он считал, что в течение второй половины XX века в США — так же, как и в других экономически развитых странах — постепенно был осуществлен переход к тому, что получило название «информационное общество», «век информации» или «постиндустриальная эра».

Взгляды Ф. Фукуямы касаются только незначительной части социальных изменений, происшедших с переходом общества к информационной фазе развития. Кроме того, не учитываются изменения в связи с острым экономическим кризисом 2008 г. Однако, прогнозы этого популярного американского политолога провоцируют размышления об изменении в социальном статусе полов, реакции индивида на новые условия труда, трансформацию организационных бизнесовых и государственных структур.

Свой взгляд на проблемы информационной эпохи высказал известный датский антрополог Т. Эриксен. Он считает, что наша эра характеризуется стремительным развитием разнообразных технологий, цель которых — сохранить время. Одновременно, информационная революция привела к росту публичного доступа к информации — человечество получает удовольствие или страдает от доступности информации, немислимой для предыдущего поколения. Однако огромные объемы информации дезориентируют человека. Главными моментами Т.Эриксен называет то, что при излишке информации степень ее понимания падает прямо пропорционально к росту ее количества; главный дефицит для поставщиков информации — это внимание; главный дефицит для жителей информационного общества — это хорошо функционирующие фильтры; ускорение уничтожает расстояние, пространство и время; быстрое время выигрывает у медленного; гибкая работа приводит к утрате гибкости в сферах, не связанных с работой; когда время разбивается на достаточно малые отрезки, оно перестает существовать как продолжительность. В целом, взгляды Т. Эриксона можно охарактеризовать так: мир информации растет в геометрической прогрессии, он дискретен, фильтры не справляются с потоком информации, главным дефицитом становится свободное время. Таким образом, как видим, Т. Эриксен при декларируемой приверженности информационному обществу, является скептиком, который расходится с большинством исследователей по ряду фундаментальных оценок, например, проблеме роста-убывания свободного времени.

Следует особо отметить вклад в развитие теории постиндустриального общества российского исследователя В.А. Иноземцева. Он посвятил этому вопросу целый ряд своих работ. В частности, В.А.Иноземцев проследил связь теории постиндустриального общества с другими экономическими, социальными и политологическими концепциями XX ст. Анализируя концепции постиндустриального общества, В.А.Иноземцев отмечает, что подавляющее большинство исследователей называли в качестве его главных признаков радикальное ускорение технического прогресса, снижение роли материального производства, выражавшееся, в частности, в уменьшении его доли в совокупном общественном продукте, развитие сектора услуг и информации, изменение мотивов и характера человеческой деятельности, появление нового типа вовлекаемых в производство ресурсов, существенную модификацию всей социальной структуры. При этом, постиндустриальное общество противопоставляется индустриальному и доиндустриальному по трем важнейшим параметрам: основному производственному ресурсу (в постиндустриальном обществе им является информация, в индустриальном — энергия, в доиндустриальном — первичные условия производства, сырьё); типу производственной деятельности (он рассматривается в постиндустриальном обществе как последовательная обработка [processing] в противоположность изготовлению [fabrication] и добыче [extraction] на более ранних ступенях развития); характеру базовых технологий (определяющихся в постиндустриальном обществе как наукоемкие, в эпоху индустриализма — как капиталоемкие и в доиндустриальный период — как трудоемкие).

Доктрина постиндустриализма критикуется В.А.Иноземцевым за излишний объективизм, так как не дает исследователю инструмента анализа причин того развития, которое привело к становлению индустриального, а позднее и постиндустриального общества. Переход от одной формы общества к другой рассматривается скорее как данность, а не как процесс, обладающий внутренней логикой и противоречиями.

Взгляды В.А. Иноземцева идут в русле общей традиции западной постиндустриальной мысли. При анализе изменений, происходящих в обществе, он приходит к тем же выводам, что и большинство исследователей постиндустриализма. Расхождения (например, положение о том, что теория информационного общества — это часть постиндустриальной теории) незначительны. Как и многие исследователи постиндустриализма В.А. Иноземцев выдвигает собственную концепцию и собственное определение (постэкономическое общество), которое, тем не менее, остается полностью в духе общих положений постиндустриализма. Интересны исследования В.А. Иноземцевым марксистских истоков постиндустриальной теории. Стоит также отметить, что при анализе информационной революции и развития экономики последних десятилетий В.А. Иноземцев (как и большинство западных исследователей постиндустриализма) отдал дань техническому детерминизму.

Кибернетическую составляющую современного этапа общественного развития рассматривал российский ученый Р.Ф. Абдеев. В целом, следует отметить, что наряду с прагматичными элементами в концепции общественных изменений Р.Ф. Абдеева сильны элементы социального утопизма и технологического детерминизма. Общество информа-

ции и знаний тут предстает как идеал развития человечества, а переход к такому обществу обусловлен успехами в технологии и управлении.

Интересные, хоть и небесспорные замечания высказывает В.Ф. Анурин. Он отождествляет постиндустриальное/информационное общество и коммунистическую общественно-экономическую формацию по К.Марксу и Ф.Энгельсу. Логика рассуждений такова. Маркс писал, что при коммунизме будет реализован принцип «от каждого по способностям, каждому по потребностям», кроме того произойдет уничтожение частной собственности, исчезнут товарно-денежные отношения, отомрет государство, сотрутся грани между умственным и физическим трудом, исчезнет различие между городом и деревней. В.Ф. Анурин пробует доказать, что все это происходит сейчас при переходе к информационному обществу. Частная собственность и товарно-денежные отношения растворяются в акционерном капитале, также происходит усиление государственной и некоммерческой собственности. Этому способствует упор на обмен информации, имеющей ряд необычных свойств (неуничтожимость, сохранение и преумножение в процессе продажи и потребления, самотиражирование и т.д.). Складывается суперсимволическая система создания общественного богатства, основанная на интеллектуальных способностях человека, а не его физической силе. Происходит конец традиционного капитала. Прозрачность границ, международные образования, «открытое общество» приводит к ослаблению национальных государств и утрате ними традиционных функций. Стирается различие между умственным и физическим трудом за счет интеллектуализации всего трудового процесса. Научные построения российского ученого интересны, хоть и «немодны». С одной стороны, возникает чувство некоей искусственности, выхватывания выгодных для концепции фрагментов действительности, с другой, попытка анализа информационного общества с позиций марксизма без сомнения интересна. Марксистская традиция не исчерпала себя, и такие исследования свидетельствуют об этом.

В адрес концепций информационного общества было высказано немало критики. Особенно в первый период формирования идеи информационного общества значительное количество исследователей сомневались в тех или иных его постулатах. Но и в период расцвета этой концепции ряд ученых критически относились как к идее информационного общества, так и к отдельным его постулатам. Причиной, по-видимому, служит технологический детерминизм, превалирующий в большинстве исследований разработчиков концепций информационного общества. Доказательства того, что определенный уровень развития технологий, цифры составляющих ВВП или занятости (в последних случаях наибольшие вопросы к критериям подсчетов) ведут к автоматическому переходу к следующей фазе развития человечества, вряд ли могут безоговорочно убедить. Возможно, поэтому в последнее время идея информационного общества воспринимается как аксиома, и идут разработки только его составляющих.

Активным критиком концепций информационного общества выступил известный британский социолог К. Мэй. В частности, он обратил внимание на сомнительность идеи, что именно технологии наибольшей мерой влияют на развитие общества. Критикуя концепции изменения занятости в информационном обществе, К. Мэй отмечает, что

возрастание профессиональной подготовки работников в большинстве случаев подтверждалось при помощи хитростей статистики (на это обращали внимание и ряд других исследователей). Мэй констатирует, что информационная экономика работает по старым принципам экономики материальных ценностей. В частности, это было достигнуто благодаря использованию и легитимизации собственности на знания, прав интеллектуальной собственности. Это аналогично собственности на землю в период феодализма или на орудия производства при раннем капитализме. Знания изымаются из сферы общего пользования при помощи патентов, авторского права, торговых марок, других подобных инструментов. Не видел К. Мэй каких-то кардинальных перемен в связи с использованием электронной демократии. Люди не стали больше интересоваться политикой, а на форумах идет объединение людей по узкоспециализированным интересам далеким от проблем политики и демократии. Скептически отнесся британский исследователь к допущению, что государства и правительства утратят свое значение в информационную эпоху. По его мнению, роль государства под влиянием информационно-коммуникационных технологий не только не уменьшается, но возрастает. Государство продолжает играть ведущую роль в стимулировании развития и использовании ИКТ в общественных отношениях.

Вряд ли разработки К. Мэя можно отнести к радикальной критике информационного общества. Он активно применяет сам этот термин, считает, что информационные технологии внесли большие изменения в жизнь человека и социума, однако выступает против ряда положений, которые повторяются в науке как трюизмы.

Выдающийся британский социолог Э. Гидденс выдвинул следующие возражения к взглядам теоретиков постиндустриального общества. Он считал, что мысль о том, что основой экономической системы становится информация, является следствием специфической и весьма спорной интерпретации сдвига в структуре занятости в сторону сферы услуг. Остановился Э. Гидденс и на технократизме исследователей постиндустриализма. В концепции постиндустриального общества увеличивается роль экономического фактора в социальных переменмах. Подобное общество описывается как итог экономических процессов, повлекших за собой изменения во всех остальных социальных институтах. Большинство сторонников постиндустриальной гипотезы почти не испытали влияния К.Маркса или же открыто его критиковали, однако их взгляды можно считать квазимарксистскими в том смысле, что экономические факторы в их подходе являются причиной социальных перемен. Однако, сегодня политика и культура являются движущими силами перемен в не меньшей степени, чем экономика. Э. Гидденс делает вывод, что многое из того, что описали теоретики постиндустриальной ориентации, действительно отражает важные черты современной эпохи, однако не очевидно, что концепция «постиндустриального общества» — лучший путь для объяснения подобных процессов.

Верной является критика изменений в медийной сфере. Ряд исследователей отмечают, что развитие медийных средств в сторону скорости и поверхности излагаемой информации, камерности ведет к формированию «одномерного» человека. Исчезает глубина изложения, характерная для письменного периода истории человечества. Переизбыток ин-

формации не привел к широкой информированности людей. Массовое изготовление медийных продуктов для массового потребления снижает этический и культурный уровень аудитории [Этика..., 2003: 5].

В целом, критики концепций информационного общества выступают с разных позиций. Этим объясняется многовекторность критических замечаний. Основной объект критики — технический детерминизм большинства разработчиков идеи информационного общества. Справедливы замечания относительно того, что технологии не являются основным фактором изменения общественных отношений, что нужно рассматривать общество и изменения в нем как комплексные явления. Многие ученые выражают сомнение в переходе общества на новую ступень развития, аргументируя свои взгляды именно тем, что суть экономических отношений с приходом новых технологий не изменилась.

В экономике до сих пор так и не удалось выработать общепринятую систему критериев, по которым можно было бы относить отрасли экономики к информационным. Сторонники информационного общества включают сюда как можно больше секторов, противники, наоборот. Также необходимо отметить несостоятельность утверждения ряда исследователей о бескризисном развитии информационной экономики. В мировой экономике происходят глубокие сдвиги, вызванные информационной революцией. Экономика благодаря новым технологиям стала глобальной. Технократизм многих исследователей, дутые проекты в области интернет-экономики не должны закрывать тот факт, что экономика эпохи знаний и информации коренным образом отличается от экономики эры земли и индустрии.

При переходе к информационному обществу происходят серьезные изменения в методах политики и государственного управления. Политики и чиновники получают возможность использовать информационные технологии для мгновенного донесения своих сообщений к гражданам, отслеживание их пожеланий и приоритетов, осуществления обратной связи с ними.

Функции государства в информационном обществе будут постепенно меняться. Причиной служит роль информационных технологий, которые, с одной стороны, делают возможной фактически мгновенную интерактивную коммуникацию, с другой, облегчают возможность для медиа и неправительственных групп контролировать действия власти. В настоящий момент наблюдается значительная активизация и рост влияния неправительственных организаций как локального, так и международного уровня. Люди, объединенные определенными целями, имеют возможность через соединение усилий в подобных образованиях, реализовывать многочисленные проекты, которые раньше бы подразумевали участие государства. Однако нельзя утверждать, что информатизация общества имеет только позитивные последствия для политической жизни. Медиатизация политики, когда за привлекательность для избирателя сражаются имиджи, а не взгляды и реальные дела политиков, ведет к популизму. А ускоряющийся ритм жизни и скорость его представления в медиа делают вышедшим из моды серьезные обсуждения перспектив развития и анализ успехов и неудач. Таким образом, информационные технологии предоставляют новые возможности, но люди и государства по разному ими пользуются.

При переходе к информационному обществу остро стоит проблема цифрового неравенства (digital divide). Разные страны, группы населения и даже отдельные люди подошли к началу информационной эры с различными материальными возможностями включиться в нее. Проблема преодоления цифрового неравенства стала предметом обсуждения как в правительственных, так и в научных кругах. На наш взгляд, с развитием информационно-коммуникационных технологий, удешевлением компьютерной техники и пользования интернетом проблема цифрового неравенства постепенно преодолевается. Успехи Индии, ряда других стран свидетельствуют о принципиальной возможности для отстающих в экономическом отношении обществ вступить в «информационный клуб» и интенсивно развиваться за счет внедрения ИКТ.

Новая стадия развития человечества началась с превалирующим развитием информационных технологий. Новые производительные силы закономерно привели к господству новых производственных отношений. В целом, на современном этапе развития общества информационные технологии играют ведущую роль. Одно время была опасность монополизации этих технологий и превращения с их помощью общества в контролируемую систему. Но благодаря бурному развитию этих технологий, конкуренции в бизнесовой среде при их изобретении, производстве и внедрении, мощных, в основном, медийных средств контроля, демократических традициях в странах, которые стали пионерами в области развития таких технологий, опасность реализации антиутопий по типу Дж. Оруэлла, в основном, преодолена. Информационно-коммуникационные технологии коренным образом изменили жизнь человека. Производственная деятельность, образование, здравоохранение, сфера личной жизни — все подверглось коренному изменению вследствие внедрения компьютеров и влияния интернета. Возникающие опасности и трудности не носят фатального характера и решаются при дальнейшем развитии технологий. Важным моментом является фактическая неуправляемость интернетом, который служит, таким образом, свободной площадкой общения, независимо от границ, национально-демографических и мировоззренческих различий.

Особое место занимает виртуальная реальность, которая возникла задолго до появления информационно-коммуникационных технологий. Однако эти технологии позволили человеку расширить сферу виртуальной реальности, включить туда общение, отдых, работу. При помощи новых технологий в виртуальном пространстве можно путешествовать, зарабатывать деньги, флиртовать, воевать, заниматься почти всем, что входит в сферу человеческой жизнедеятельности. При этом возникает множество проблем. Но уровень их изученности еще не позволяет делать выводы о масштабе и направлении изменений, которые вносит виртуальность в реальный мир человека.

Новый тип общества, непосредственно связанного с информацией, естественно диктует новые формы и приемы, подходы и понимание информационной работы. В наше время обыденная жизнь невозможна без широкого применения коммуникационных технологий, рабочее место и жилище человека буквально напичкано разнообразной коммуникационной техникой, без которой мы уже не мыслим своего существования. То есть мы живем в обществе, основанном на информации,



мы существуем в своеобразной информационной среде (ставшей средой нашего обитания) гораздо более насыщенной и осязаемой, нежели несколько лет назад.

Рядом ученых высказываются опасения о выживании традиционных медиа в информационном обществе. Думается, что эти опасения в значительной степени преувеличены. История знает уже несколько случаев, когда традиционным медиа предрекали смерть: с возникновением радио — газетам, телевидения — газетам и радио. Но все традиционные масс-медиа продолжают существовать. Это не означает, что их деятельность остается неизменной. Медиа используют достижения цивилизации, в частности, интернет, для своего развития, выхода на новую аудиторию. Во всяком случае, разговоры о гибели традиционных медиа не имеют под собой серьезных оснований.

Информация при переходе к информационному обществу требует выполнения ряда условий. Это открытость информации для всех, ее общедоступность, бесплатность основной информации, ее непрерывность. Также необходимо отметить, что информация — весьма своеобразный товар. Она не уничтожается, при передаче становится доступной для использования многим, очень легко распространяется. При этом ее коммерческая ценность, сам процесс купли-продажи вследствие этих особенностей отличается от аналогичных операций с материальными вещами. В связи с особенностями информации получило распространение продажа не каких-то определенных сведений (хотя и это имеет место), а предоставление информационных услуг, т.е. доступа к определенному типу информации. В информационном обществе традиционные медиа не исчезают, а трансформируются, используя его возможности. Основные пути трансформации связаны с процессом дигитализации и конвергенции масс-медиа. Процессы глобализации и резкого увеличения потока информации приводят к серьезным изменениям аудитории и ее предпочтений. Унификация сознания, потребление стереотипной информации, навязывание стандартов первого мира также являются последствиями перехода к информационному обществу.

Проблема перехода к информационной стадии развития, его скорости и особенностей является несомненно актуальной. Выработка национальных и международных стратегий развития, анализ тенденций остаются востребованными как в научной, так и в практической сферах.

Разные регионы с разной скоростью переходят к информационному обществу. Одновременно, можно заметить ряд закономерностей. В частности, государство стремится играть активную роль в процессе ускорения этого перехода. Кроме того, важнейшую роль играют усилия частного сектора. Среди моделей информационного общества, стоит выделить американскую, европейскую и азиатскую. Они отличаются как по приоритетам, так и по путям достижения цели.

# 5

## Глобализация

**Часть V. «Глобализация»** посвящена рассмотрению основных теоретических подходов к изучению и объяснению процесса глобализации. Также много внимания уделено основным моделям глобализации в сфере масс-медиа.

**5.1. Глобализация как новая парадигма  
существования человечества  
(с. 772 – с. 831)**

**5.2. Глобализация в экономике, политике, культуре, технологиях  
(с. 831 – с. 841)**

**5.3. Глобализация в сфере масс-медиа  
(с. 841 – с. 847)**

## 5.1. Глобализация как новая парадигма существования человечества

### Определение глобализации

Человечество существует в условиях глобализации. Границы исчезают или становятся прозрачными. Люди часто лучше знают о том, что происходит на другом конце Земли, чем на соседней улице. Эти реалии обращают пристальное внимание ученых, которые пытаются осознать причины, ход, особенности и последствие такого сложного и неоднозначного явления как глобализация.

По мнению С.Л. Удовика, в современном смысле термин глобализация возник в 80-х гг. XX ст. Он связывает появление этого термина со статьей Т. Левита в «Гарвард бизнес ревью» в 1983 г., который обозначал им феномен слияния рынков отдельных продуктов, производимых крупными мультинациональными корпорациями [Удовик С.Л., 2002: 1, и далее]. Позже американец Р. Робертсон и японец К. Ояма в своих работах дали углубленное толкование термину «глобализация». С.Л. Удовик подчеркивает, что под глобализацией понимается также распространение западной модели развития на остальную планету, что служит основанием для однополюсного (универсально и идеального) мирового порядка. Он также критикует подход к этому явлению, который содержится в оценках некоторых экспертов МВФ [Оболенский В.П., Поспелов В.А., 2001: 5]. Там за глобализацию принимается растущая экономическая взаимозависимость стран всего мира в результате возрастающего объема и разнообразия трансграничных трансакций товаров, услуг и потоков капитала, а также из-за быстрой и широкой диффузии технологий. Но подобные процессы наблюдались уже с начала XX ст. и были прерваны мировым кризисом 1929-1933 гг. Разнообразие подходов к понятию глобализация приводит к неопределенности относительно предмета и субъекта исследования, собственно неясным и несогласованным остается и определение этого процесса. Это, в частности, приводит к тому, что одни ученые под глобализацией понимают глобальную диффузию западного модернизма, а другие — важный аспект постмодернизма. Для самого С.Л. Удовика глобализация — это становление и гармонизация многомерного и многоуровневого мира, взаимосвязанного в одних измерениях и гетерогенного в других, причем переход между измерениями осуществляется семиотическими методами. При этом сфера действия глобализации охватывает не только экономическое и политическое, но и социокультурное пространство. С точки зрения психологии С.Л. Удовик определяет глобализацию как процесс слияния мужского и женского начала, т.е. обретение человечеством качественно нового состояния — Самости или полноты существования. Он считал, что в развитых цивилизациях после познания мужского начала (маскулинная цивилизация) происходит познание женского (постструктурализм). Причем если

в христианской цивилизации эти начала сольются, то произойдет ускоренное развитие других цивилизаций: восточно-европейской (инфантильной), исламской (архаичной). Это может привести к слиянию двух цивилизаций: японской (феминно-эстетической) и китайской конфуцианской (маскулинно-энергетической). В целом же С.Л. Удовик понимает глобализацию как процесс перехода от иерархического централизованного порядка организации и познания статичного мира к синархическому порядку развивающегося динамического мира во всех его проявлениях. То есть этот автор расширил рамки явления глобализации до главных экзистенциальных вопросов человечества. Такая интерпретация конечно имеет право на существование, хотя вопросы глобализации играют на современном этапе развития скорее прикладную роль.

Большинство исследователей ориентируются на экономикоцентричные определения глобализации. М.Й. Беззубьяк приводит определения Европейской Комиссии: глобализация может быть охарактеризована как процесс возрастающей взаимозависимости рынков и продукции в разных странах вследствие возрастающей динамики торговли услугами, товарами, потоками капиталов и технологий [European Commission, 1997: 45] и Г. Томпсона, который считал, что в нынешнем использовании термина глобализация — это означает интернационализацию экономической деятельности с точки зрения возрастающей интеграции и взаимозависимости [Thompson G., 1999: 139]. При этом исследователи называют и обосновывают самые различные даты начала процесса глобализации. Дж. Модельски и В. Томпсон обращают внимание на зарождение глобальных политических систем в 930-1430 гг., а в 1450-1550 гг., по их мнению, эта система оформилась окончательно в процессе кооперации испанской и португальской короны [Modelski G., Thompson W., 1999: 124]. Канадский исследователь К. Вэлэскэкис временем начала глобализации считает морские открытия XV ст., а завершением — конец XIX [Valaskakis K., 1999: 154]. Американский ученый П. Кеннеди зарождением глобализации называет конец XIX — начало XX ст. вследствие коммуникационной революции (телеграф) и отсутствия больших военных конфликтов. Причем отличие от XVIII ст. состоит не в природе, а в интенсивности возникновения и решения глобальных проблем [Kennedy P., 1993: 11-12, 49-50]. Европарламент связывает начало глобализации с интернационализацией торговли в 50-х гг. XX ст., а второй ее этап — с транснационализацией финансовых потоков в 80-х гг. Сейчас же идет третий этап — глобализация информационных потоков [The Competitiveness..., 1999: 5].

Четыре составляющих процесса глобализации выделила Ш. Бретертон. Это технологические изменения, развитие мировой экономики, политическая глобализация и глобализация идей. По мнению исследовательницы, основная причина ускоренной глобализации — стремительное развитие коммуникационных технологий, глобальных по охвату и моментальных по эффекту [Bretherton S., Porton G., 1996; по Лильо Т. а, 2001: 131].

Центральным элементом риторики современной мировой политики признается вопрос глобализации авторами «Короткого оксфордского политического словаря» [Короткий..., 2005: 127, и далее]. Э. Гарел считает, что глобализации невозможно дать какое-то единое или простое пред-

еление. Хотя основа дискуссии — экономические вопросы. Ряд авторов, и в первую очередь, К. Маркс, анализировали внешние экономические ограничения национальных государств и трансформационное влияние глобальных экономических процессов. В целом, глобализация — это универсальный процесс или ряд процессов, которые порождают разнообразие связей и взаимозависимостей, трансцендируют государства и общества, которые составляют современную мировую систему. Она связана с крутым ростом интенсивности и глубины экономической, экологической и общественной взаимозависимости. Концепция глобализации неоднозначна. Это и причинная теория (определенные глобальные процессы порождают конкретные результаты), и ряд концепций, отображающих понимание изменяющейся глобальной системы, и конкретная разновидность дискурса или идеологии. Большие различия наблюдаются между экономической и социально-политической трактовкой глобализации. К диаметрально различным подходам следует отнести представления, что глобализация — это продолжение ряда процессов с давними историческими корнями, и что это решающий разрыв или фундаментальный скачок в развитии мировой политики. В идеологическом плане глобализацию чаще всего связывают с неолиберализмом. Выделяют три категории суждений о глубоком, революционном влиянии глобализации. Во-первых, считается, что механизмы экономического регулирования внутри государств стали неэффективными, и поэтому им приходится формировать схожую прорыночную политику. Из-за возросшего могущества финансовых рынков, правительства вынуждены осуществлять скоординированную с ними макроэкономическую политику. К этому же подталкивают и возросшие объемы торговли. Правительства уменьшают роль государственной экономики, чтобы привлечь инвестиции со стороны мультинациональных корпораций. То есть уменьшается диапазон вариантов политического выбора современных государств. Во-вторых, глобализация создает условия для формирования интенсивного и активного глобального или транснационального гражданского общества. Новые системы коммуникации и транспорта, трудности с контролем информации содействуют способности групп с одинаковыми взглядами организовываться, несмотря на государственные границы. Хотя это не только негосударственные организации, социальные движения и мультинациональные корпорации, но и транснациональные преступные группировки, террористические объединения. В-третьих, ограничение роли современного государства происходит по институциональным причинам. То есть возрастает количество и влияние международных организаций и международных договоров, которые навязывают государствам общие нормы и подходы. Что касается критики концепций глобализации, то она имеет несколько направлений. Во-первых, обращается внимание на отсутствие ясных определений глобализации, неоднозначности того, с чем она связана и что поясняет. Во-вторых, отрицается революционная роль современной глобализации, по сравнению, например, с периодом до Первой мировой войны. В-третьих, причиной глобализации называются не закономерности, вызванные изменениями в технологиях, а конкретные политические решения государств. В-четвертых, отрицается системная транс-

формация в политике современных государств и возрастающая роль международных институций.

Интересный анализ разных подходов к глобализации провели Д. Хелд, Э. МакГрю, Д. Гольдблатт и Дж. Перратон [Хелд Д., Гольдблатт Д., МакГрю Э., Перратон Д., 2004]. Они считают, что глобализация относится к тем идеям, о которых можно сказать — пришло их время. Отмечается опасность, что понятие глобализации может стать — если не стало — расхожим клише, расплывчатой идеей, которая, с одной стороны, охватывает все, с другой, мало что дает для понимания современных условий человеческого существования. Все же термин глобализации отражает представление о том, что мир превращается в социальное пространство, в котором изменения в одном месте находят отражения на всем земном шаре. Ученые представили глобализацию как процесс расширения, углубления и ускорения мирового сотрудничества, который охватывает все аспекты социальной жизни. Д. Хелд, Э. МакГрю, Д. Гольдблатт и Дж. Перратон выделяют три школы: гиперглобалистов, скептиков и трансформистов. Гиперглобалисты считают, что мы живем в новую эпоху, тон в которой задают порядки, царящие на мировых рынках. Скептики думают, что это миф, а на самом деле в экономике выделяются три региональных блока, при сильных национальных правительствах внутри них. Трансформисты считают глобализацию исторически беспрецедентной, при этом государства и общества по всему миру испытывают глубокие изменения в попытках приспособиться к новым условиям. Эти различия Д. Хелд, Э. МакГрю, Д. Гольдблатт и Дж. Перратон рассматривают довольно детально. Для гиперглобалистов глобализация — это начало новой эпохи развития человечества, характеризующейся подчинением национальных государств законам мировой экономики. Экономическая глобализация ведет к «денационализации» экономики путем укрепления транснациональных сетей производства, торговли и финансов. Внутри гиперглобалистов отмечаются серьезные расхождения между неолибералами, которые приветствуют победу автономии личности и законов рынка над государственной властью, и радикалами или неомарксистами, которые считают, что происходит торжество деспотического глобального капитализма. Но они едины в том, что глобализация — это, в первую очередь, экономическое явление, что глобальная экономика все более интегрируется, что правительства вынуждены соблюдать неолиберальную экономическую дисциплину. Резко снижается возможность правительств полностью контролировать происходящее в стране и самостоятельно удовлетворять потребности граждан. Таким образом, при усилении глобального и местного управления, суверенитет и автономия государства заметно разрушаются, а межнациональная кооперация народов приводит к возникновению «глобального гражданского общества». Скептики сравнивают статистические данные и приходят к выводу, что уровень современной экономической интеграции ниже, нежели в XIX в. в период Золотого стандарта. Для них глобализация — это интегрированная мировая экономика с преобладанием закона «единой цены», а интернационализация заключается во взаимодействии национальных по своей сути экономик. При этом уровень глобализации считается во много преувеличенным, а аргументы гиперглобалистов несостоятельными и наивными. Скептики считают, что происходит не



глобализация, а регионализация мировой экономики вокруг таких центров, как Европа, Азиатско-Тихоокеанский регион и Северная Америка, т.е. на деле мировая экономика менее интегрирована, нежели в эпоху Золотого стандарта. Кроме того, считается, что роль национальных правительств не падает, а наоборот возрастает в регуляции и активном содействии собственным экономикам. Т.е. правительства рассматриваются не как жертвы, а как архитекторы интернационализации. Неравенство же в мировой экономике приводит к росту фундаментализма и национализма, что разделяет мир на цивилизационные блоки и культурные анклавы. Взгляды трансформистов основываются на том, что глобализация — основная движущая сила, преобразовывающая форму современного общества и мирового порядка. Этот процесс исторически беспрецедентен. Правительства и общества по всему миру вынуждены приспосабливаться к миру, где нет четкого различия между внешними и внутренними делами. Глобализация, как трансформирующая сила, перетряхивает общества, экономики, институты и мировой порядок. При этом деление на Север и Юг устаревает и уступает место делению на общества, которые приспособились к новым условиям ведения хозяйства, и те, которые отстают в этом. Государство, во взглядах трансформистов, все еще остается законным претендентом на обладание действенной властью в стране, но эта власть все больше обуславливается растущей юрисдикцией институтов международного правления и давлением международного права. Суверенная власть все более разделяется между интернациональными, национальными и местными органами. Д. Хелд, Э. МакГрю, Д. Гольдблатт и Дж. Перратон считают ошибочным, телеологическим и эмпирическим взгляд на то, что глобализация представляется как некий идеальный тип общества. Они обосновывают свою позицию тем, что неправильно представлять развитие мира как линейное движение его к глобализации, неправильно ориентироваться на статистические данные о глобализационных процессах в отрыве от общих закономерностей развития общества. Нельзя игнорировать процессы глобализации, происходящие в других сферах общественной жизни — от политической до культурной. Глобализация — это дифференцированный процесс, находящий отражение во всех сферах человеческой жизни.

Экономика же преобразовывается под влиянием внутренних закономерностей капитализма. Дж. Холл отмечал, что капитализм, следуя логике фордизма, инициирует появление гибкой системы производства, возможной в условиях функционирования информационных технологий: неприбыльное и своевременное производство, система договоренностей, гибкая рабочая сила, мобильный капитал и внимание к свободным сегментам рынка [Гол Д., 2005: 277].

Как процесс, охватывающий весь земной шар, т.е. процесс всемирный, всесторонний, полный, универсальный, всеобщий, объективный, направленный на усиление взаимосвязи и взаимозависимости всех стран и народов, на появление общих проблем, затрагивающих все человечество, определяет глобализацию С.В. Бориснёв [Бориснёв С.В., 2003: 252-253]. Она выступает результатом возможного развития производительных сил в условиях научно-технической революции и достижения таких масштабов общественного производства, ког-

да появляется угроза нарушения баланса между обществом и природой. Таким образом, в представлении российского ученого появление глобализации связано со стремлением общества к самосохранению. С точки зрения международно-политической он понимает под глобальностью выход политических процессов за пределы территориальных государств и их национальных юрисдикций. С.В. Бориснёв анализирует трактовки этого явления сторонниками реалистической парадигмы: они понимают его как столкновение цивилизаций (С. Хантингтон); результат победы в холодной войне против СССР и установление гегемонии США (Г. Киссинджер); геополитическое переустройство мира (А. Жокс). Неолибералами глобализация рассматривается как конец истории (Ф. Фукуяма); окончательная победа западных ценностей (М. Закер); результат преваширования экономической интернационализации над национальным государством (Р. Липшутц). Неомарксисты понимают под глобализацией целенаправленную стратегию монополистического капитала и американского империализма, направленную на закрепление неравенства в мире, отсталость и эксплуатацию периферийных регионов и государств транснациональными монополиями (Р. Кокс); то же самое, что и империализм, т.е. подчинение мира потребностям развития капитализма (С. Амин). При этом С.В. Бориснёв отметил совпадение позиций на процесс измерения человеческой деятельности и причин дисбалансов в мире. Во-первых, процесс глобализации сопровождается своей диалектической противоположностью, т.е. регионализацией, фрагментацией и локализацией. Во-вторых, международные отношения становятся более регулируемы. В-третьих, растет количество и многообразие участников международных отношений. В-четвертых, это возрастание роли коммуникации в международных отношениях. С.В. Бориснёв различает экономическую, социальную, психологическую, политическую и коммуникационную глобализацию [Бориснёв С.В., 2003: 121-123].

Для А.Н. Чумакова глобализация теснейшим образом связана с научно-техническим прогрессом, культурой и цивилизацией. При этом основным тезисом является то, что в результате развития и совершенствования культуры, зародившейся с появлением первых людей, на определенном историческом этапе, а точнее — с эпохи неолитической революции, возникли и стали совершенствоваться цивилизационные связи, породившие отдельные очаги цивилизации; цивилизационное развитие изначально способствовало унификации общественной жизни и привело к середине второго тысячелетия, а точнее, в эпоху Возрождения и Великих географических открытий к началу реальной глобализации, которая в последнее столетие переросла в глобализацию многоаспектную, обусловив в свою очередь формирование мирового сообщества и появление во второй половине XX в. глобальных проблем человечества [Чумаков А.Н., 2005: 2, и далее]. По мнению А.Н. Чумакова, основных поворотных пунктов истории насчитывается четыре. Первый этап приходится на доисторическое время. Вторым характеризует начало истории и связан с осуществлением неолитической революции. На третьем этапе, названном К.Ясперсом «осевым временем», проявились первые симптомы глобализации. Четвертый этап приходится на эпоху Великих географических открытий, когда появилась возможность говорить о начале реальной глобализации. Она уже к началу XX века ста-

новится фундаментальной, а с выходом человека в космос и развитием информационной революции — многоаспектной. В этой связи глобализация рассматривается А.Н. Чумаковым как процесс универсализации, становления единых для всей планеты структур, связей и отношений в различных сферах общественной жизни. Глобализация выступает также и как явление, и как феномен, когда она воспринимается в качестве объективной реальности, которая заявляет о себе замкнутостью глобального пространства, единым мировым хозяйством, всеобщей экологической взаимозависимостью, глобальными коммуникациями и т.п., и которая в таком качестве не может быть проигнорирована никем. А.Н. Чумаков считает, что глобализация охватывает всю Землю на уровне трех ее основных сфер: геологической, биологической и социальной, которым он дает одно общее название — триосфера. А.Н. Чумаков выделяет пять этапов изучения глобализации. Первый из них связан с осознанием всеобщих связей и длится он с конца XVIII в. до начала XX в. Второй этап дал понимание целостности мира в период с 20-х по 60-е годы XX столетия. Затем наступил третий этап, когда в 1970-80-е годы были открыты глобальные проблемы современности. В настоящее время происходит осознание глобализации, и этот четвертый этап продлится еще около 10 лет. В последующем можно предполагать наступление пятого этапа, который он пока условно называет «постглобализацией».

Другой российский ученый М.А. Чешков определял глобализацию как процесс объединения разнообразных компонентов человечества в процессе его эволюции в противовес процессу дифференциации человечества. Он выделяет взгляды сторонников и противников глобализации. Согласно первым, глобализация — это процесс неминуемый, фатальный; универсализирует или нивелирует все отличия — от экономических до культурных; аналогичный вестернизации или американизации; односторонний, т.е. безальтернативный; стирает все отличия и удаляет суверенное «территориальное» государство. Противники этих взглядов считают, что глобализация не имеет фатального и неизбежного характера; что существует альтернатива в виде идентичностей, в частности, национальных; что глобализация усиливает неравенство в мире и приводит к господству корпоративного капитализма. Сам М.А. Чешков придерживался мнения, что глобализация усиливает интеграцию при сохранении отличий, и это приводит к возникновению нового неравенства и возможности его регулирования; что происходит реконструкция современного «территориального» государства — это означает сохранение крупных государственных образований, их реорганизацию на федеративной и конфедеративной основе, развитие межгосударственных институтов, национальная экономика при этом сохраняет свою силу только в крупных национальных образованиях и утрачивает ее в мелких и слабых, где адаптируется к глобальной; гегемония отдельных государств сохраняется, но ограничивается образованием мирового гражданского общества; есть два основных варианта глобализации: нивелирующая глобализация и учитывающая отличия её участников [Чешков М., 2000]. Вообще, подчеркивается, что термин «глобализация» играет в наше время роль ключевого, кодового понятия, которое обозначает широкую совокупность процессов и структур, соотносимых с явлениями взаимозависимости, взаимопроникнове-

ния и взаимообусловленности в планетарных рамках с результатом в виде целостности бытия человечества [Чешков М.А., 1998: 129, и далее]. Тремя основными направлениями глобалистики являются социологическое, включая изучение экономических и политических мироотношений; антропоэкологическое с акцентом на отношения человека и природы; культурологическое, исследующее цивилизации. Сюда можно добавить разработку глобальных проблем. В миросистемном подходе глобалистика связана преимущественно с концепцией И. Валлерстайна о происхождении и развитии современной мировой системы. Тут примечательно, что у И. Валлерстайна как единица анализа принимается мир в целом, не разбитый на составляющие со сложными переплетениями связей между ними. Мир характеризуется не в терминах социальной связи, а как историческая система, основанная на экспансии капитализма и органически расчлененная на центр, периферию и полупериферию. Эта позиция рядом исследователей критиковалась как экономикоцентричная, утилитарная, материалистическая, редуccionистская. Эти исследователи стремились выдвинуть, прежде всего, не экономические, а культурные связи.

Взгляды И. Валлерстайна в целом поддерживают российские ученые Э.Р. Григорьян и М.А. Сафонова. Они считают, что сам термин глобализация был впервые введен американским экономистом Т. Левиттой для обозначения слияния рынков, которое активно происходило в начале 80-х гг. XX в. Российские ученые в противовес взглядам многих ученых считают, что расширение рыночного механизма по планете началось после 2-й мировой войны. Снятие барьеров, препятствующих свободному перетеканию товаров, услуг и капитала, сопровождалось быстрым развитием средств информации, коммуникации и передающих технологий, как новый пик научной и технологической революции. Расширение рыночных механизмов практически во все страны мира, привело, по их мнению, к качественному изменению роли государства в национальной экономике и появлению новых сверхнациональных образований, которые определяют развитие отдельных экономик, а также всей мировой экономики. Обнаружилось, что глобализация — это безудержный и очень сложный процесс, хотя иногда он выражается во вполне конкретных фактах, например, в снятии таможенных ограничений на ряд товаров. Мотивами его являются постоянный поиск сравнительных преимуществ в торговле, минимизация расходов в производстве товаров и услуг через перемещение средств производства в страны с более дешевой рабочей силой, или повышение интенсивности труда с помощью новых комбинаций разделения труда, когда целые страны предстают как отдельные департаменты транснациональной корпорации. Считается, что глобализация — не линейный, но волновой процесс, имеющий много различных стадий. Он простирается от эпохи географических открытий до капиталистической колонизации мира, от кризиса 70–80-х годов до краха социализма. Более точно, это уже вторая, после первой неудавшейся, попытка глобализации. Первая имела место в 1850–1910 гг. В тот золотой век не требовалось паспортов и виз, можно было инвестировать в любые страны и заниматься импортом практически из любых мест. Закончилось все это войнами, революциями, анархией, милитаризмом, Великой депрессией, обвалами на финансовых рынках

и свертыванием мировой торговли. Правда, первый этап глобализации проходил, как правило, на фоне колонизации ряда стран. Но, похоже, что и нынешний этап глобализации не избежит повторения каких-то последствий. Глобализация как сложный процесс имеет множество форм и аспектов, наиболее важные из которых — это взаимоотношения между современными мультикорпорациями и национальными государствами. Явно заметное ослабление роли государственных институтов приводит к возвышению международных или глобальных институтов, берущих на себя функции защиты и охраны как внутреннего, так и внешнего для каждой страны порядка, причем выступающих как единый консолидированный механизм. Глобализацию, по мнению Э.Р. Григорьяна и М.А. Сафоновой, можно рассматривать в 4-х важных аспектах: как экономическую, политическую, коммуникационную и культурно-моральную глобализацию. Глобализация начиналась прежде всего как экономический процесс, как стремление к нахождению новых рынков сбыта и дешевой рабочей силы. Сегодня транснациональные корпорации создали разветвленные, опутывающие весь мир организационные сети, координирующие производство продукции и ее продажу. В этой экономической глобализации можно вычлениить два плана: потоки товаров и продукции, которой торгуют разные страны, и финансовые потоки. Более значимой и большей по объему сегодня является глобализация инвестиционных рынков. Причем данные свидетельствуют, что торговую глобализацию опережает финансовая: более быстрыми темпами осуществляется перетекание капиталов и инвестирование в глобальную экономику. Глобализацию можно еще определить как формирование единого общемирового финансово-информационного пространства, как бы интеграцию каналов информационной связи. Этот аспект глобализации обязан информационной революции в начале 90-х годов и таким ее инструментам как интернет, глобальное телевидение. Но главным содержанием информационной революции, которая началась в 90-х годах, стало изменение предметов труда. Если раньше человечество старательно влияло на природу и изменяло ее, то теперь самым доходным бизнесом стало влияние на сознание человека (как индивидуальное, так и общественное), его модификация или промывание благодаря новым компьютерным информационным технологиям. Развитие глобальной коммуникации вытекало из глубокой человеческой потребности в общении друг с другом на всей планете. Если глобализация экономики обнаружила, что все человеческое сообщество взаимозависимо, и что мы живем наилучшим образом, когда мы мирно обмениваемся результатами своих трудов и талантов, то глобальная коммуникация обнажила, что вся человеческая семья — это сообщество личностей, вовлеченных в общий диалог и участвующих совместно в общем путешествии в космосе [Глобализация..., 2001].

Другой российский ученый, Ф.Н. Юрлов, считал, что через 10 лет после окончания холодной войны прежнее мироустройство постепенно стало сменяться новой международной системой — глобализацией, т.е. интеграцией рынков, финансов, технологий и т.п. [Юрлов Ф.Н., 2001: 13, и далее]. Главной особенностью глобализации при этом является скорость — в торговле, передвижении, в коммуникациях, инновациях и продвижении их на рынок. Движущей силой глобализации

выступают такие технологии как компьютеризация, миниатюризация, спутниковые коммуникации, волоконная оптика и интернет. Во многих странах глобализация привела к росту безработицы, деиндустриализации, упадку в социальном обслуживании населения, обнищанию больших масс народа, росту смертности и заболеваний, сокращению продолжительности жизни. Глобализация выдвигает на первый план якобы только экономические цели. На самом деле, одним из ее результатов могут стать политические потрясения, связанные, в первую очередь, с неравенством между странами и людьми. Экономический и социальный дарвинизм навязывает всем постоянную конкуренцию, естественный отбор и приспособление к условиям, зачастую чуждым и непонятным для многих народов и стран. Рынок защищает только избранных и разрушает солидарность простых людей. Глобализация разделяет страны на те, что пользуются ее возможностями для своего развития, и те, которые лишены этого. В числе тех, кто в выигрыше, не только отдельные страны, но и многонациональные корпорации. Неравенство глубоко проникло не только в сферу материальной жизни, но и культуру. Крупнейшим экспортером развлекательных программ, кинофильмов, телепродукции являются США. Развлекательная индустрия, кино и телевизионная продукция являются самой значительной частью американского экспорта. Т.е. Ф.Н. Юрлов подчеркивает тезис о вестернизации через глобализацию.

Как цепь политических, экономических и технологических перемен, понижающих барьеры между государствами ради взаимобмена, определяет мировую глобализацию еще один российский исследователь А.И. Уткин [Уткин А.И., 2001].

По мнению И.А. Негодаева термин «глобализация» происходит от лат. Globus — Земля, Земной шар и означает общепланетарный характер тех или иных процессов. Глобализация жизнедеятельности человеческого общества означает, что ныне все человечество включается в единую систему экономических, социальных, политических и культурных взаимосвязей. Общепланетарное единство человечества ведет к становлению единой цивилизации и подготовлено всем предшествующим развитием общества. Начало становлению глобализации следует искать в формировании мирового экономического рынка еще в эпоху раннего капитализма. В процессе глобализации огромную роль играют средства современной информационной технологии, которые делают каждого жителя планеты сопричастным к любым событиям в любой точке земного шара. Глобальный характер современного общества сформирован высокими темпами развития техники и возрастанием ее роли в жизнедеятельности человечества, тиражированием разнообразной продукции, усилением взаимодействием различных культур, ускоренным развитием средств массовой коммуникации и др. [Негодаев И.А., 1999].

У В.А. Иноземцева собственное представление о происхождении термина «глобализация». Он считал, что тот эпизодически применялся с конца 60-х годов, но впервые был поставлен в центр концептуальных построений в 1981 году американским социологом Дж. Маклином, акцентировавшим внимание ученых на историческом процессе усиления глобализации социальных отношений. В этот же период основные терминологические аспекты теории были разработаны Р. Робертсоном,

который в 1983 году вынес понятие «globality» в название одной из своих статей, в 1985-м дал подробное толкование термина «globalization» [Иноземцев В. а, 2000: 27, и далее]. Период расцвета концепции глобализации пришелся на первую половину 90-х годов, когда фактически любые экономические и социальные изменения рассматривались под углом зрения ее положений. Тому, по мнению В.Л. Иноземцева, способствовали три разнопорядковые и в то же время весьма поверхностные тенденции. Во-первых, росло экономическое могущество западного мира. Во-вторых, всеобщую эйфорию вызывала активная экспансия западных ценностей в направлении стран бывшего коммунистического блока. В-третьих, развитие коммуникаций и информационного обмена создавало впечатление обратного воздействия культур государств периферии на постиндустриальные страны. В.Л. Иноземцев считает, что большинству рассуждений о глобализации свойственны две характерные ошибки. Первая, как показано выше, заключается в том, что процессы активизации хозяйственного и социального взаимодействия отдельных элементов постиндустриального мира трактуются таким образом, как если бы они касались и их отношений со всеми прочими странами. Но развитые государства Запада интегрируются в наши дни столь же естественным образом, как на протяжении столетий мелкие государственные образования объединялись в мощные национальные государства или обособленные хозяйственные системы формировали масштабные региональные экономики; так что сами по себе подобные процессы не представляют собой чего-то нового. В.Л. Иноземцев предлагает учитывать опыт формирования человеческой цивилизации, не выделяя отдельно несколько последних десятилетий. Вторая, не менее существенная ошибка проистекает из того, что до сих пор понятие глобализации не получило достаточно строгого определения. Поэтому, с одной стороны, многие исследователи абсолютизируют чисто количественные параметры происходящих сегодня перемен. Они акцентируют внимание на известной условности современных национальных границ, развитии коммуникаций, объединяющих различные части мира; они сосредотачиваются на том факте, что многие социальные и политические решения обретают способность прямо и непосредственно воздействовать на ситуации, возникающие далеко за пределами тех территорий, проблемы которых вызвали к жизни эти решения. Таким образом, возникает картина мира, в котором все его части взаимозависимы, а все происходящие процессы взаимообусловлены. Истории, по мнению В.Л. Иноземцева, известны два процесса, приводившие человеческие общности к большей целостности. Первым было возникновение национальных государств на этапе промышленной революции, ознаменовавшее собой победу экономических принципов над политическими факторами; однако сами эти принципы оставались подчинены социальному и национальному единству той или иной общности. Второй, столь же масштабный процесс, получивший название интернационализации, развернулся в нашем столетии и привел к освобождению экономических закономерностей от сформировавшихся социальных отношений. Следующей же ступенью должно стать преодоление в мировом масштабе самих экономических закономерностей и формирование постэкономического общества. Процесс, который можно было бы назвать глобализацией,

представляется В.А. Иноземцеву нонсенсом по меньшей мере по трем причинам. Во-первых, любые «глобальные» изменения (включая создание национальных государств и интернационализацию) порождаются наиболее развитыми хозяйственными системами той или иной эпохи. Во-вторых, как раньше, так и сегодня эти изменения не устраняют барьеров, разделяющих мировое экономическое и политическое пространство, а упрочивают их, заменяя условные политические рубежи все более труднопреодолимыми экономическими преградами. В-третьих, все эти процессы объективны и подчиняются сугубо хозяйственным закономерностям, в то время как политическому фактору в конечном счете отводится роль фиксации достигнутых результатов. Глобализация, таким образом, представляется идеей, призванной обосновать формирование «однополюсного» мира, причем в качестве справедливой, если не идеальной, модели мирового порядка. В.А. Иноземцев полагал, что сегодня идет активное развитие процессов интернационализации, имеющих своим результатом преодоление политической и идеологической разделенности мира и возведение новых экономических барьеров. О новом качестве социального развития можно будет говорить только тогда, когда станет преодолеваться экономическая разделенность мира, а это возможно при условии, что новая, постэкономическая система мотивации будет усваиваться в планетарном масштабе. Формулировки же, провозглашающие глобализацию реальной характеристикой современной эпохи, основаны на желании их авторов убедить самих себя и мировую общественность в том, что наиболее сложные этапы перехода к новому социальному порядку уже остались позади. Таким образом, делает вывод В.А. Иноземцев, оптимальным представляется такой ход событий, когда постиндустриальные страны не распространяют свои ценности на весь мир, а диктуют условия общения к ним, и важнейшее из этих условий, повторим еще раз, — это отказ развивающихся стран от элементов своего национального суверенитета.

С точки зрения поворота от мировой политики и экономики под диктатом могущественных национальных государств к интегрированной глобальной политической и экономической системе, базирующейся на гибком соединении компонентов и сил рассматривал глобализацию Абдульдин Бассам Саид. Он проводит анализ на трёх уровнях: национальном, при котором элементы общественной организации определяются в рамках государства, а интеграция происходит, в основном, в военной сфере (до создания ООН); интернациональном, когда усиливается роль экономических связей вне зависимости от границ, международных организаций и объединений (50-е гг. XX в.); глобальном, при понимании глобализации не только как транснационализации производства товаров и услуг, торговли и финансовой деятельности, появления глобальных экономических институтов, но и организации мировой системы на принципах отказа от деления на правящих и управляемых. Такой взгляд, отражает, скорее, не действительное положение вещей, а надежды развивающихся стран [Абдульдин Бассам Саид, 2001].

О том, что последняя треть XX в. внесла принципиально новые черты в развитие мировой экономики и человечества в целом, что произошло в процессах глобализации, которые стали определять судьбу человечества, писал российский ученый Ю.В. Яковец. Он сосредоточил



свое внимание на глобальных проблемах человечества. В частности, это демографо-экологическая проблема. По мнению российского ученого, рост населения приводит к недостатку ресурсов жизнеобеспечения и снижению уровня жизни. Выходом, по его мнению, является самоограничение демографического роста, открытие новых природосберегающих технологий и энергетических источников, переход человечества к экологически ориентированному постиндустриальному технологическому способу производства. Отдельно стоит проблема предотвращения экологической катастрофы, рационального использования ограниченных природных ресурсов (особенно невозпроизводимых). Также он поднимал проблему глобализации техносферы. Индустриальная цивилизация характеризовалась бурным ростом и планетарным распространением технических систем и технологических процессов, преобразовавших все сферы жизни общества. Образовалось мировое технологическое и информационное пространство, пронизанное сетью транспортных и телекоммуникационных нитей. Однако оно неоднородно: технологический разрыв между странами многократно увеличился по сравнению с началом индустриальной эры. Глобализация техносферы порождает и такое все более заметное явление, как технологический и информационный неокOLONIALИЗМ, реализуемый с помощью транснациональных корпораций, которые используют свое монопольное положение в определенной сфере для сдерживания технологического развития отстающих стран и перекачивания ресурсов [Яковец Ю.В., 2003].

Л.М. Землянова определяет глобализацию как распространение информационных материалов, связей, средств и систем в транснациональных масштабах по всему миру [Землянова Л.М. а, 1999: 37]. То есть она реализует коммуникативистский подход.

Украинские ученые Е.П. Семенюк и Г.И. Виноградов рассматривали феномен глобализации как интеграцию единой, общемировой, глобальной экономики вместо совокупности отдельных национальных экономических комплексов, которые существовали ранее. Также они считали, что глобализация — это фактор экономического и социально-политического давления со стороны определенных могущественных сил, против чего протестуют антиглобалисты. Одновременно, это позитивный фактор конструктивно-творческой направленности [Семенюк Е.П., Виноградов Г.И., 2003: 15, и далее]. По их мнению, сущность процессов глобализации состоит в том, что человечество, несмотря на национальную и иную разьединенность, все больше осознает себя интегральный, единый в своём внутреннем разнообразии субъектом всемирно-исторического творчества. Этот процесс имеет объективный характер и является результатом экономических, политических, технологических, социокультурных, в частности, информационных, факторов. Процесс это не простой, ряд наций, народностей, этнических и социальных групп ориентируется на то, что их отдаляет, а не присоединяет к мировому сообществу, но большинство людей начали осознавать себя в определенном смысле единой целостностью — человечеством.

Чисто экономический подход к природе глобализации представлен другим украинским ученым Е. Савельевым. Он считал, что глобализация — это категория, которая отражает процесс обмена товарами, услугами, капиталами и рабочей силой, выходящий за пределы государственных

границ и с 60-х гг. XX в. приобретает форму постоянного и неуклонно возрастающего международного переплетения национальных экономик [Савельев Е., 2000: 264].

С развитием новых информационных технологий связывала глобализацию Н.И. Зражевская. Она считала, что глобализация — это ускорение интеграции наций в мировую систему в связи с развитием современных коммуникационных технологий, формированием транснациональных корпораций и мирового рынка, влиянием масс-медиа [Зражевська Н.І. b, 2006: 142]. Хотя, безусловно, такие составляющие как мировой рынок и влияние медиа (причем в больших масштабах) были и ранее.

Как сложившуюся тенденцию, которая характеризуется стремлением к объединению, интеграции мира на определенных общих основаниях характеризует глобализацию Д.С. Берестовская. Она считает, что это система ценностей и установок, получившая широкое распространение в современном мире, где большинство людей постепенно вырабатывает общее понимание основных принципов жизнеустройства. Также украинская исследовательница выделяет такие основные признаки глобализации как соединение компьютера с телекоммуникационными сетями, сжатие времени и пространства (открытие границ, контакты между людьми по всему миру), глобальное взаимодействие между цивилизациями [Берестовская Д.С., 2003: 100]. Разумеется, список этими факторами не исчерпывается, хотя бы потому, что рассматривается не экономическая, а культурная составляющая глобализации.

Как раз информационно-рыночную составляющую в определении глобализации подчеркивала И.В. Городецкая. Глобализация определяется как процесс ускорения и усовершенствования разнообразных международных потоков товаров и информации в общем контексте социального развития. Глобализация тут связывается с изменением или трансформацией общечеловеческой организации, связывающей отдаленные общности. Понятием глобализация обозначается целый ряд явлений и процессов: интернационализация хозяйственной жизни, взаимодействие цивилизаций, взаимозависимость национальных экономик, взаимопроникновение рынков, формирование единого рыночного пространства, свободное перемещение товаров, услуг, технологий, капиталов и людей, появление транснациональных систем и форм хозяйствования, унификация мировой экономики, гомогенизация мира, склонность к универсальным ценностям, принципам и нормам поведения, сближения стиля жизни людей, возрастающая стандартизация потребления, универсализация культуры [Городецка І.В., 2005: 5]. Таким образом, глобализация представляет собой объединение разнообразных явлений и процессов, объединенных тем, что они стали актуальными для человеческих общностей, расположенных по всему миру.

Глобализация является процессом, который включает потоки информации, денег и товаров, идей и образов, ведущий к созданию однородной мировой культуры [Зернецкая О.В., 2002]. Для нее характерны две тенденции: глобализацию невозможно остановить, и она создает новые, громадные богатства [Уткин А.И., 2001: 34].

Поворот к рассмотрению глобализации не только с точки зрения ее масштабов и функционального потенциала, а и как явление идеологичес-

кое совершил канадский антрополог М. Вотерс. Он рассматривал глобализацию и как определенный слом в мировоззрении [Waters M., 1995].

На информационной составляющей глобализации сосредоточились А. Чичановский и О. Старыш. Они определяют ее как континуально-непрерывную трансформацию информационного пространства между средами, где перемещается информация, стимулируя развитие новых форм и технологий систем управления, и как исторический процесс, начавшийся в период трансформации *homo sapiens* из культурной общности фактическим появлением в живой природе сознания и, как следствие, формирование новой формы природы — виртуальной природы [Чичановський А., Стариш О., 2009: 9, 38].

Ю. Павленко считал, что сущностью глобализации является превращение человечества в единую структурно-функциональную систему, организованную по иерархическому принципу. Основным противоречием глобализации является все усиливающийся разрыв между группой наиболее развитых стран Запада и прочим человечеством, эксплуатируемым мировыми лидерами и все более отстающим от них. Это отставание во многих случаях приобретает необратимый характер и раскрывается в ряде аспектов. Например, это информационно-технологический аспект. Монополизировав контроль над информацией и производством передовых технологий, Запад реализует на мировом рынке новейшие товары лучшего качества и успевает обновить свою технологическую базу и наладить выпуск товаров следующего поколения до того, как где-либо в мире могут достичь этих стандартов. Прочие страны обречены или тиражировать его уже морально устаревшие производственные возможности, получая от этого минимальную прибыль, или довольствоваться сферами, не требующими высоких технологий (сельское хозяйство, добывающая промышленность), цены на продукцию которых не высоки. Аспект экономического связан с тем, что аккумулированный за счет неэквивалентного обмена последних столетий гигантский капитал концентрируется сегодня преимущественно в транснациональных корпорациях, базирующихся прежде всего в США. Страны базирования и получают выгоду от его функционирования, тогда как большинство прочих государств оказывается в зависимости от неконтролируемых никакими международными организациями потоков этого капитала, и угрожают ему, как правило, за счет интересов собственных народов [Лопатин В.].

Давали определения глобализации и международные организации. В частности, в Итоговом коммюнике Кёльнского саммита стран Большой Семерки (1999 г.) глобализация определяется как сложный процесс ускоренных и увеличенных в масштабах потоков идей, капиталов, техники, товаров и услуг во всем мире, который привел к кардинальным изменениям во всех обществах. Открытость и динамизм трансформаций содействовали экономическому росту и улучшению социальных условий жизни. Интеграция стимулировала эффективность производства, влияла на создание системы новой занятости людских ресурсов. Информационная революция и многогранная система культур и ценностей усилили тенденции к становлению демократических обществ и обеспечению прав человека и основных свобод, развитию нововведений [Підсумкове..., 1999; по Флюр О.М., 2004: 20-21].

В политическом отношении, по мнению О.В. Вагановой, глобализация проявляется в возрастании взаимозависимости внешних политик разных стран, увеличении взаимосвязанности внутренней и внешней политик. Одновременно исследовательница считает, что стран третьего мира глобализация существенным образом не коснулась [Ваганова О.В., 2003]. Это спорное утверждение.

На первый план информационную составляющую выдвигают и составители «Глоссария по информационному обществу. Они считают, что глобализация представляет собой процесс распространения информационных технологий, продуктов и систем по всему миру, несущий экономическую и культурную интеграцию [Глоссарий...].

Таким образом, большинством ученых глобализация воспринимается как процесс экономической интеграции. Этот процесс имеет давние корни, однако значительно оживился с возникновением современных информационно-коммуникационных технологий. Процесс глобализации ведет к постепенной унификации культур, распространению представлений о человечестве как едином целом, потере национальными государствами былого влияния (прежде всего, за счет увеличения влияния транснациональных корпораций, международных организаций и прозрачности границ).

## Теории глобализации

Начать рассмотрение теорий глобализации целесообразно с взглядов известного польско-британского социолога Зигмунда Баумана. Он писал, что термин «глобализация» сегодня у всех на устах; он стал модным словечком, быстро превращающимся в лозунг, в заклинание, в некий ключ, способный открыть дверь к любым существующим и будущим загадкам. Для кого-то «глобализация» это то, что нам необходимо для счастья, для других — причина всех несчастий. Однако для всех глобализация — это неизбежная фатальность нашего мира, необратимый процесс; кроме того, процесс, в равной степени и равным образом трагивающий каждого человека. Нас всех «глобализуют», считал З. Бауман, — а быть «глобализуемым» означает в общем одно и то же для всех, кто подвергается этому воздействию [Бауман З., 2004: 9, и далее]. По З. Бауману, глобализация разобщает не меньше, чем объединяет, она разобщает, объединяя, — расколы происходят по тем же самым причинам, что и усиление единообразия мира. Параллельно этому процессу планетарного масштаба, который возник в бизнесе, финансах, торговле и потоках информации, идет и процесс «локализации», закрепления пространства. В совокупности эти два тесно взаимосвязанных процесса приводят к резкой дифференциации условий существования населения целых стран, регионов и различных сегментов этого населения. То, что для одних представляется глобализацией, для других оборачивается локализацией; для одних — это предвестник новой свободы, для других — нежданный и жестокий удар судьбы. На первое место среди вождельных ценностей выдвигается мобильность, то есть свобода передвижения, этот вечно дефицитный и неравномерно распределяемый

товар быстро превращается в главный фактор расслоения нашей позднесовременной или постсовременной эпохи. «Локальность» в глобализуемом мире — это знак социальной обездоленности и деградации. Неудобство «локализованного» существования усиливается тем, что в условиях, когда общественные пространства отодвинулись далеко за рамки «локальной» жизни, понятие «локальность» теряет свой смыслообразующий потенциал, все больше попадая в зависимость от направляющих и объясняющих действий, которые на локальном уровне не поддаются контролю, — вот вам и все коммунальные утешительные мечты интеллектуалов-глобалистов. Неотъемлемой частью процессов глобализации является нарастающая пространственная сегрегация, отделение и отчуждение. Неотрайбалистские и фундаменталистские тенденции, отражающие и выражающие опыт людей, испытывающих на себе воздействие глобализации, — такие же «законнорожденные дети» последней, как и столь превозносимая «гибридизация» верхушечной культуры — культуры на глобализованной вершине социальной пирамиды. Особое беспокойство З. Баумана вызывает усиливающееся нарушение связи между все более глобализованными, экстерриториальными элитами и остальным населением, «локализация» которого постоянно усиливается. Центры, где вырабатываются смыслы и формируются ценности, сегодня экстерриториальны и свободны от местных ограничений — впрочем, это не относится к состоянию самого человека, которого эти идеи и ценности призваны наполнять содержанием. З. Бауман рассмотрел связь между природой пространства и времени, меняющейся в ходе истории, с одной стороны, моделями и масштабами социальной организации общества — с другой. Основное внимание он уделил воздействиям происходящих сегодня сжатия пространства/времени на структуризацию планетарных и территориальных обществ и групп. Одним из результатов этого воздействия стал новый вариант такого явления, как «помещик, живущий в столицах», — вновь обретенная независимость глобальных элит от территориально ограниченных субъектов политического и культурного влияния и, как следствие, утрата последними этого влияния. Последствия отделения друг от друга двух «наборов декораций», в которых располагаются соответственно «верхи» и «низы» новой иерархии, прослеживаются вплоть до изменения организации пространства и значения понятия «соседства» в современном мегаполисе. Кроме того, выделены этапы современных «войн» за право определять и навязывать смысл понятия «общее пространство». С этой точки зрения проанализированы прошлые авантюры, связанные с всеобъемлющей городской планировкой, а также современные тенденции фрагментации дизайна и «эксклюзивного» строительства. Исследуется также историческая судьба «Паноптикона» М. Фуко, некогда излюбленной модели социального контроля нового времени, а особенно утрата актуальности и постепенное исчезновение этой концепции в наши дни. З. Бауман рассмотрел также перспективы политического суверенитета, в особенности самоопределения и самоуправления национальных и, в более общем плане, территориальных обществ в условиях глобализации экономики, финансов и информации. В центре внимания находилось растущее несоответствие масштабов между сферой институционализованного принятия решений тем миром,

где производятся, распределяются, расходуются и размещаются ресурсы, необходимые для принятия и выполнения этих решений, в особенности парализующее воздействие глобализации на принятие решения правительствами отдельных государств, являющихся в новой и новейшей истории главными и до сих пор незаменимыми центрами эффективного социального управления. Также рассмотрены культурные последствия перечисленных преобразований. Считается, что их главный эффект состоит в раздвоении и поляризации человеческого опыта, когда общие культурные ценности поддаются двум совершенно различным толкованиям. Понятие «находиться в движении» имеет абсолютно различный, противоположный смысл для тех, кто находится соответственно на вершине и у основания новой иерархии, а большинство населения — «новый средний класс», переминающийся в нерешительности с ноги на ногу между этими двумя крайностями, — несет на себе всю тяжесть этого противостояния и страдает от острой экзистенциальной неопределенности, беспокойства и страха. З. Бауман утверждает, что сама необходимость развеять подобные страхи и нейтрализовать заложенный в них потенциал недовольства является, в свою очередь, мощным фактором дальнейшей поляризации между двумя смыслами понятия «мобильность». Также З. Бауман исследует экстремальные проявления этой поляризации: распространенная ныне тенденция к приданию криминального смысла случаям, не соответствующим идеализированной норме, и роль, которую эта криминализация играет в компенсации дискомфорта «жизни в движении», чем придает еще более одиозные и отталкивающие черты имиджу и реальности альтернативного образа жизни, «жизни в неподвижности». Таким образом, сложный вопрос незащищенности человека, которая вызвана процессом глобализации, сводится к вполне прямолинейной проблеме «законности и порядка». Забота о «безопасности», чаще всего связанная с простым беспокойством о личной безопасности самого человека и его имущества, «перегружается», наполняясь озабоченностью, порожденной другими важнейшими аспектами существования в сегодняшнем мире — незащищенностью и неуверенностью. З. Бауман писал, что после окончания войны за пространство самым мощным и вожделенным фактором расчленения в мире стала мобильность: это та субстанция, из которой ежедневно строятся и перестраиваются новые, все более глобальные социальные, политические, экономические и культурные иерархии. Мобильность, приобретенная «теми, кто инвестирует» — людьми, обладающими капиталом, деньгами, необходимыми для инвестиций — означает для них поистине беспрецедентное в своей радикальной безоговорочности отделение власти от обязательств: обязанностей в отношении собственных служащих, но также и в отношении молодых и слабых, еще не рожденных поколений, и самовоспроизводства условий жизни для всех — одним словом, свободу от обязанности участвовать в повседневной жизни и развитии сообщества. Возникает новая асимметрия между экстерриториальной природой власти и по-прежнему территориальной «жизнью в целом», которую власть, снявшаяся с якоря и способная перемещаться мгновенно и без предупреждения, может свободно использовать, а затем оставить наедине с последствиями этого использования. Отказ от ответственности за последствия — самое желанное и ценное

преимущество, которое новая мобильность дает лишенному местной привязки капиталу, находящемуся в «свободном плавании». Теперь в расчетах «эффективности» инвестиций можно уже не учитывать затраты на борьбу с последствиями. Обретенная капиталом свобода, по мнению З. Баумана, несколько напоминает свободу «помещика, живущего в столицах» из прежних времен — такие люди были печально известны своим пренебрежением к нуждам населения, которое их кормило. Весь их интерес к земле, которой они владели, заключался в том, чтобы «снимать с нее сливки» в виде «излишков продукции». Здесь, несомненно, существует некоторое сходство — но это сравнение не в полной мере отражает степень свободы от забот и ответственности, которой обладает мобильный капитал конца двадцатого столетия: помещикам прошлого она и не снилась. «Помещик, живущий в столицах» не мог поменять свое поместье на другое, а значит оставался — пусть и не слишком прочно — привязанным к местности, откуда он тянул все соки; это обстоятельство на практике ограничивало теоретически и юридически беспредельные возможности эксплуатации местности, иначе в будущем поток доходов мог обмелеть, а то и вовсе иссякнуть. В отличие от «помещиков, живущих в столицах» из новой истории, нынешние капиталисты и торговцы землей, благодаря вновь обретенной мобильности их ресурсов, теперь уже ликвидных, не сталкиваются с ограничениями достаточно реальными — прочными, твердыми, неподатливыми — чтобы их соблюдение было обязательным. Единственные ощутимые и обязательные рамки связаны с административными ограничениями свободы движения капиталов и денежных средств. Однако такие ограничения немногочисленны, в них существует множество лазеек, и даже этот «редкий часток» подвергается сильному давлению с целью его расшатать или вовсе снести. Расстояния уже не имеют значения, а идею геофизической границы в реальном современном мире становится все труднее поддерживать. Действительно, понятие «расстояния» — это не объективная безличная физическая «данность», а социальный продукт; его протяженность зависит от скорости, с которой мы его преодолеваем (а в монетарной экономике — еще и от того, во сколько обходится такая скорость). Отметим, что именно это, судя по всему, является причиной, по которой «реальность границ», как правило, была классово обусловленным явлением: в прошлом, как и сегодня, элита — богачи и власть предержащие — всегда отличалась большим космополитизмом, чем остальное население стран, где они проживали; во все времена они стремились к созданию собственной культуры, не признававшей границ, столь прочных для простолудинов; у них было больше общего с элитами по ту сторону границы, чем с большинством населения по эту сторону. Ведь сегодня жизнь элиты почти не связана с различиями между понятиями «здесь» и «там», «внутри» и «снаружи», «близко» и «далеко». Когда время контакта сжимается и сокращается до ничтожной величины длиной в секунду, пространство и пространственные указатели перестают играть роль, по крайней мере для тех, чьи действия осуществляются со скоростью передачи письма по электронной почте. Именно доступность скоростных средств передвижения стала, как считает З. Бауман, главным катализатором характерного для современной эпохи процесса разложения и подрыва всей совокупности социальных и

культурных явлений местного происхождения. Среди всех технических факторов мобильности особенно важную роль играла передача информации — средство сообщения, не связанное с перемещением физических тел или лишь незначительно и в последнюю очередь связанное с ним. Неуклонно и последовательно разрабатывались технические средства, позволявшие перемещаться информации независимо от ее физических носителей, а также от объектов, о которых эта информация сообщала: освобождения означавшего от привязки к означаемому. Отделение движения информации от перемещения ее носителей и объектов привело, в свою очередь, к дифференциации скорости их передвижения; передача информации набирала скорость темпами, недостижимыми для перемещения физических тел или изменения ситуаций, о которых эта информация сообщала. Затем появление компьютерной «всемирной паутины» положило конец — в том, что касается информации, — самому понятию «перемещения» (и «расстояния», которое необходимо преодолеть), сделав информацию, как в теории, так и на практике, моментально доступной по всему земному шару. Совокупные результаты последнего события поистине огромны. Его влияние на взаимодействие между социальной ассоциацией и диссоциацией отмечалось уже многими. Дешевая связь означает не только быстрое переполнение, подавление и вытеснение полученной информации, но и, в не меньшей степени, быстрое поступление новостей. Поскольку врожденные возможности человеческого восприятия остаются неизменными как минимум со времен палеолита, быстрая связь не питает и уравнивает, а затопляет и подавляет память. Пространство было «обработано/ сконцентрировано/ организовано/ нормировано» и, прежде всего, освобождено от физических ограничений тела самого человека. С появлением глобальной информационной паутины над этим территориальным/ урбанистическим/ архитектурным, строящимся пространством нашего мира образовалось третье, кибернетическое пространство. Одним словом, аннулирование пространственно-временных расстояний под влиянием техники не способствует единообразию условий жизни человека, а, напротив, ведет к их резкой поляризации. Оно освобождает некоторых людей от территориальных ограничений и придает экстерриториальный характер некоторым формирующим общество идеям — одновременно лишая территорию, к которой по-прежнему привязаны другие люди, ее значения и способности наделять их особой идентичностью. Некоторым это предвещает беспрецедентное освобождение от физических препятствий и невиданную способность перемещаться и действовать «дистанционно». Для других это означает невозможность освоения и «одомашнивания» местности, «оторваться» от которой и перебраться в другое место у них почти нет шансов. Когда «расстояния уже не имеют значения», его теряют и местности, разделенные этими расстояниями. В результате некоторые приобретают свободу смыслов творчества, но для других бессмысленность превращается в место прописки. Кто-то может теперь покинуть местность — причем, любую — когда заблагорассудится. Остальные беспомощно наблюдают, как местность — их единственное место жительства — уходит из-под ног. Информационные потоки теперь не зависят от носителей; для перестройки смыслов и отношений сегодня менее, чем когда-либо необходимы перемещение и перестанов-



ка тел в физическом пространстве. Для некоторых людей — мобильной элиты, элиты мобильности — это означает в буквальном смысле «дефизикализацию», обретение полной независимости. Элиты перемещаются в пространстве, и перемещаются быстрее, чем когда-либо, — но охват и плотность сплетаемой ими паутины власти не зависит от этих перемещений. Благодаря вновь обретенной «бестелесности» власти в ее главной, финансовой форме, властители приобретают подинную экстерриториальность, даже если физически остаются «на месте». Их власть полностью и окончательно становится «не от мира сего» — не принадлежит к физическому миру, где они строят свои тщательно охраняемые дома и офисы, которые сами по себе экстерриториальны, защищены от вторжения нежеланных соседей, отрезаны от всего, что связано с понятием «местное сообщество», недоступны тем, кто, в отличие от носителей власти, к этому сообществу привязан. Именно этот опыт новой элиты, связанный с «внеземным» характером власти — захватывающим дух и внушающим страх сочетанием оторванности от земли и всемогущества, физического отсутствия и мощного потенциала по формированию действительности — фиксируется в обычных панегириках «новой свободе», воплощенной в «киберпространстве». В киберпространстве тела не имеют значения — хотя само киберпространство имеет значение, причем решающее и бесповоротное, для существования тел. Вердикты, вынесенные в киберпространственном раю, считает Э. Бауман, не подлежат апелляции, и ничто на земле не способно поставить под сомнение их авторитетность. Властителям, обладающим достаточным могуществом, чтобы выносить вердикты, воплощенные в киберпространстве, не нужна ни физическая мощь, ни тяжелое «материальное» вооружение; более того, в отличие от Антея, им не нужна связь с их земной средой для утверждения, укрепления или проявления своего могущества. То, что им нужно — это изоляция от местности, лишенной теперь социального значения, переместившегося в киберпространство, и тем самым сведенной просто к «физическому» участку земли. И еще им нужны гарантии этой изоляции: «никаких соседей» как неперемutable условие, иммунитет от местного вмешательства, полная, неуязвимая изоляция, передаваемая понятием «безопасности» самих этих людей, их домов и «игровых площадок». Детерриторизация власти, таким образом, идет рука об руку с еще более жесткой структуризацией территории. Территория городов превращается в театр военных действий непрерывной «войны за пространство», порой взрываясь публичными проявлениями вроде городских бунтов, ритуальных стычек с полицией, периодических «вылазок» толп футбольных фанатов, но идущей ежедневно за фасадом публичной (рассчитанной на публику) официальной версии повседневного порядка в городе. Лишенные власти и игнорируемые жители «отгороженных» территорий, которые постоянно отодвигают назад и от которых неумолимо отхватывают кусок за куском, отвечают на это собственными актами агрессии; они пытаются устанавливать на границах своих превращаемых в гетто районов собственноручно изготовленные таблички «вход воспрещен». Следуя вечному обычаю *bricoleurs*, они используют для этой цели все, что попадет под руку. Независимо от эффективности, эти попытки сводятся на нет своим несанкционированным характером, что дает официальным влас-

тям удобный повод относить их к нарушениям закона и порядка, и не рассматривать в подлинном смысле: как попытки выразить свои территориальные притязания громко и зримо, просто следуя правилам игры в территориальность, которой все остальные отдаются с таким пылом. Воздействие обездоленности гораздо глубже. «Местность» в новом мире высоких скоростей — это совсем не то, чем была местность в те времена, когда информация перемещалась только вместе с самими ее носителями; и сама местность, и местное население имеют мало общего с понятием «местное сообщество». Общественные пространства — агоры и форумы в их различных проявлениях, места, где определялся круг вопросов для обсуждения, где личные дела превращались в общественные, где формировались, проверялись и подтверждались точки зрения, где составлялись суждения и выносились вердикты — эти пространства вслед за элитой сорвались со своих местных якорей; они первыми «детерриторируются» и распространяются далеко за пределы возможностей «естественной» связи, которыми обладает любая местность и ее жители. Вместо того чтобы служить очагом сообщества, местное население превращается в болтающийся пучок обрезанных веревок. При общем возрастании скорости движения некоторые объекты движутся быстрее других. «Экономика» — капитал, то есть деньги и другие ресурсы, необходимые для того, чтобы «дело делалось», чтобы сделать еще больше денег и вещей — движется быстро; достаточно быстро, чтобы все время на шаг опережать любое (территориальное или иное) государственное образование, способное попытаться остановить его движение или направить по другому маршруту. В этом случае сокращение времени перемещения до нуля порождает новое качество: полную ликвидацию пространственных ограничений или, точнее, «полное преодоление гравитации». Все, что способно перемещаться со скоростью электронного сигнала, практически освобождается от ограничений, связанных с территорией, послужившей отправной точкой, конечным пунктом или маршрутом движения. Глубочайший смысл идеи глобализации — это неопределенный, неуправляемый и самостоятельный характер всего, что происходит в мире; отсутствие центра, пульта управления, совета директоров или головной конторы. Эта черта, неотделимая от образа глобализации, полностью отличает его от другой идеи, которой она якобы пришла на смену, идеи «универсализации», которая некогда служила стержнем дискуссии об общемировых делах. Интеграция и раздробленность, глобализация и территориализация — это взаимодополняющие процессы. Точнее, это две стороны одного процесса: процесса перераспределения суверенитета, власти и свободы действий в мировом масштабе, катализатором (но ни в коей мере не причиной) которого стал радикальный скачок в развитии технологий, связанных со скоростью. Совпадение и переплетение синтеза и раздробления, интеграции и распада отнюдь не случайно, и изменить эту ситуацию уже невозможно. Именно из-за этого совпадения и переплетения двух, казалось бы, противоположных тенденций, «запущенных» благодаря решающему воздействию новой свободы передвижения, как считает З. Бауман, так называемые процессы «глобализации» оборачиваются перераспределением привилегий и лишений, богатства и бедности, ресурсов и бессилия, власти и безвластия, свободы и ограничений. Сегод-

ня происходит процесс рестратификации в мировом масштабе, в ходе которого формируется новая социокультурная иерархия, всемирная общественная лестница. Распространение квазисуверенитетов, территориальное разделение и сегрегация идентичностей, чему способствует и превращает в «наущную необходимость» глобализация рынков и информации, вовсе не означает, что на арене появилось большое количество разнообразных «равных партнеров». То, что для одних — результат свободного выбора, на других обрушивается как жестокий удар судьбы. А поскольку число этих «других» неуклонно растет и они все глубже погружаются в отчаяние, порожденное бесперспективностью их существования, было бы, пожалуй, целесообразнее говорить о процессе «глокализации» (используя удачный термин Р. Робертсона, раскрывающий неразрывное единство между тенденциями к «глобализации» и «локализации» — феномен, который скрывает односторонняя концепция глобализации), определяя его прежде всего как процесс концентрации капитала, финансов и других ресурсов, позволяющих делать выбор и действовать эффективно, но также — и возможно это главное — концентрации свободы передвижения и действий (на практике это фактически одно и то же). Новые состояния рождаются, растут и созревают в виртуальной реальности, наглухо изолированной от старомодной, суровой и земной, реальности бедняков. Процесс обогащения скоро окончательно освободится от вековой — сковывающей и раздражающей — связи с производством вещей, обработкой материалов, созданием рабочих мест и руководством людьми. «Старые богачи» нуждались в бедняках, которые создавали их богатство и поддерживали его. Эта зависимость во все времена смягчала конфликт интересов и побуждала первых проявлять хоть какую-то, пусть минимальную, заботу о последних. Новым богачам бедняки вообще не нужны. Лживость обещаний, связанных со свободой торговли, хорошо маскируется: в сообщениях из регионов, ставших жертвами «глокализации», трудно проследить связь между растущей нищетой, отчаянием «прикрепленного к земле» большинства и вновь обретенной свободой мобильного меньшинства. Напротив, возникает впечатление, что эти два явления относятся к разным мирам, что каждое из них вызвано своими, совершенно разными причинами. Из этих сообщений никогда не поймешь, что корень быстрого обогащения и быстрого обнищания один и тот же, что «прикованность» отверженных — столь же закономерный результат воздействия «глокализации», как и новая бескрайняя свобода добившихся успеха (З. Бауман считал, что подобным же образом, из социологических исследований о Холокосте и других актах геноцида нельзя понять, что это событие является столь же неотъемлемой частью современного общества, как экономический, технологический и научный прогресс и повышение уровня жизни). Маскировка (тут З. Бауман приводит мнение Р. Капучиньского) достигается при помощи масс-медиа. Во-первых, сообщения в новостях о голоде в той или иной стране — а это, пожалуй, единственное, что еще может нарушить равнодушие людей, — как правило, сопровождаются недвусмысленным напоминанием, что те же самые далекие регионы, где, «как показывают по телевизору, люди умирают от голода, являются родиной «азиатских тигров», которые изобретательнее и смелее всех сумели воспользоваться новыми методами «делать дела».

Неважно, что население всех «тигров» вместе взятых составляет не больше 1% населения только одной Азии. Ссылка на «тигров», как считается, должна продемонстрировать то, что и следовало доказать: несчастья голодных и ленивых — это их собственный выбор: альтернативы существуют, и до них рукой подать, но они остаются невостребованными из-за недостатка предприимчивости или решимости. Главная идея состоит в том, что сами бедняки виноваты в своей судьбе: они могли, как это сделали «тигры», выбрать себе легкую добычу, но это никак не связано с аппетитами самих тигров. Во-вторых, новости составляются и редактируются таким образом, чтобы свести проблему бедности и обездоленности только к вопросу о голоде. Эта стратегия позволяет убить сразу двух зайцев: занижается реальный масштаб бедности (от постоянного недоедания страдают 800 млн. человек, а в бедности живут порядка 4 млрд. — две трети населения планеты), а значит, задача заключается лишь в том, чтобы накормить голодных. Причем, при демонстрации ужасающих картин голода масс-медиа тщательно избегают любых ассоциаций этого явления с отсутствием работы и ликвидацией рабочих мест (т.е. с глобальными причинами бедности на местах). Людей показывают «наедине» с голодом — но сколько бы зритель ни напрягал зрение, он не увидит на телевизионной картинке ни одного рабочего инструмента или участка возделанной земли, ни одного домашнего животного — и не услышит ни одного упоминания о них. Слово и не существует связи между пустыми рутинными призывами «встать и идти работать», адресованными беднякам в мире, где новые трудовые ресурсы просто не нужны, и уж точно они не нужны в регионах, откуда нам показывают репортажи о людях, умирающих с голоду, и «карнавальной» подачей людских страданий в духе «благотворительной ярмарки», дающей выход подавленному нравственному чувству. Богатство глобально, нищета локальна — но между этими двумя явлениями нет причинно-следственной связи; по крайней мере ее не найти в спектакле, изображающем тех, кто кормит, и тех, кого кормят. Глобальные перемещения финансовых ресурсов, пожалуй, столь же бестелесны, как и электронная сеть, по которой они перемещаются, но следы, оставляемые их движением на местах, до боли осязаемы и реальны: «качественная депопуляция», уничтожение местного хозяйства, некогда способного поддерживать существование населения, отчуждение миллионов людей, не вписывающихся в новую глобальную экономику. В-третьих, зрелища катастроф, в том виде, в каком их подают масс-медиа, поддерживают и усиливают обыденное, повседневное этическое безразличие еще одним способом, помимо «разгрузки» накопившихся запасов моральной ответственности. Их долгосрочный эффект состоит в том, что «развитая часть мира окружает себя санитарным кордоном отстраненности, возводит Берлинскую стену в глобальном масштабе; вся информация, что приходит «извне» — это картины войны, убийств, наркомании, грабежей, болезней, беженцев и голода; то есть того, что несет в себе угрозу для нас». Лишь изредка, обязательно в приглушенных тонах и вне всякой связи со сценами гражданских войн и массовых убийств, нам сообщают о смертоносном оружии, используемом в этих конфликтах. Еще реже, если это вообще случается, нам напоминают о том, что мы знаем сами, но не желаем слышать: все это оружие, превращающее чью-то

родину в поле сражения, поступает с наших военных заводов, ревностно следящих, чтобы их портфели заказов никогда не пустели и гордящихся высокими производственными показателями и конкурентоспособностью их продукции на мировом рынке — этой основой нашего драгоценного процветания. В общественном сознании отпечатывается синтетический образ добровольной жестокости, образ «опасных улиц» и «мест, куда не следует заходить» разрастается — это увеличенный снимок «разбойничьего царства», чуждого мира недочеловеков, за гранью этики и без надежд на спасение. Попытки спасти этот мир от самых тяжелых последствий его собственной жестокости могут принести лишь временный результат и в долгосрочной перспективе обречены на неудачу; веревки, которые мы бросаем утопающим, можно очень легко превратить в новые удавки. Тот факт, что «жители далеких мест» ассоциируются у нас с убийствами, эпидемиями и грабежами, играет еще одну важную роль. Раз они там такие чудовища, остается только благодарить бога за то, что он создал их именно там — далеко от нас, и молиться, чтобы там они всегда и оставались. Стремление голодных отправиться туда, где еды в изобилии, вполне естественно с точки зрения любого разумного человека; совесть подсказывает также, что правильным и нравственным поступком было бы позволить им удовлетворить это стремление. Именно из-за своей несомненной разумности и этической корректности массовая миграция бедняков и голодающих представляется разумному и этичному миру столь удручающей перспективой; так трудно не испытать чувство вины, лишая бедных и голодных права отправиться туда, где еды в достатке; к тому же практически не существует разумных аргументов, чтобы доказать, что решение мигрировать являлось бы для них самих неразумным. Действительно, пишет З. Бауман, проблема просто неразрешима: надо лишить других неотъемлемого права на свободу передвижения, которое мы сами превозносим как высшее достижение глобализующегося мира и гарантию его растущего благосостояния. И здесь весьма кстати подворачиваются образы бесчеловечности, царящей в тех землях, где живут потенциальные мигранты. Они укрепляют решимость, которую невозможно поддержать разумными и этичными аргументами. Они способствуют тому, чтобы местные оставались на месте, а глобалисты с чистой совестью могли путешествовать, куда захотят. Чтобы прорваться через плотную и темную, беспорядочную, «дерегулированную» чащу глобальной конкуренции и выбраться на свет общественного внимания, товары, услуги и информация должны возбуждать желание, а для этого им необходимо соблазнить потенциальных потребителей и в искусстве соблазнения превзойти конкурентов. Но стоит им этого достичь, как уже пора уступать место — и не мешкая — другим объектам желания, иначе глобальная гонка за прибылями и еще большими прибылями (переименованная в «экономический рост») прекратится. Сегодня промышленность все больше нацеливается на производство приманок и искушений. А приманки по природе своей сохраняют привлекательность и соблазнительность лишь до тех пор, пока они маячат вдалеке, искушение же существует, пока ему не поддаешься — подобно тому, как желание исчезает после его удовлетворения. У этой гонки за новыми желаниями, а не их удовлетворением, нет четкой финишной черты. Само понятие «предела»

требует пространственно-временных измерений. Если «из желания вычтешь ожидание», то и ожидание перестает быть желанным. Когда любую задержку можно, в принципе, сократить до секунды, так что в одну человеческую жизнь «втискивается» бесконечное множество событий во времени, и когда любое расстояние можно сжать до вытянутой руки, так что, в принципе, не существует пространственного масштаба, недоступного для искателя новых ощущений — что может означать идея «предела»? А без такого значения, без «осмысленной идеи» волшебное колесо искушения и желания никогда не остановится. Последствия этого — как на самом верху, так и у основания общественной пирамиды — огромны, делает вывод З. Бауман.

Т.Л. Фридман считал, что в современном мире все финансовые события тесно связаны между собой. Как пример, он приводит кризис конца 90-х гг. XX ст. В целом, это уже не первая волна глобализации. С середины 1800 гг. до конца 1920 гг. мир уже переживал эру глобализации. Резко увеличились объемы международного оборота товаров и капиталов, шли инвестиции (тогда, в основном, английские) в молодые рынки, происходили кризисы и финансовые крахи из-за курса ценных бумаг (например, аргентинской железной дороги, латвийского и немецкого правительств). Еще не было валютного регулирования, но уже остро стояли вопросы международной конкуренции и соответствия стандартов. Громадный объем приобрели международные миграции, так как перед Первой мировой войной для этого не нужно было паспортов и виз. Одновременно произошла революция в средствах транспорта и связи: получили распространение пароход, телеграф, железные дороги, телефон. Т.Л. Фридман считает, что мир в первую эру глобализации сузился с размера XL до размера M. Конец этой эре глобализации положила Первая мировая война, Октябрьская революция и Великая депрессия. Мир был разделен политически и идеологически. После Второй мировой войны настала эра холодной, которая также не давала развиваться глобализации. Т.Л. Фридман считает, что начало второй эре глобализации положило падение Берлинской стены в 1989 г. Между двумя эрами много общего, но особенностью теперешней является невиданная степень и интенсивность интеграции мира в единую глобальную рыночную общность. Беспрецедентны количество людей, которые вовлечены и попали под влияние глобализационных процессов. Если раньше слаборазвитые страны оставались за бортом глобализации, то теперь все ощущают ее влияние. Т.Л. Фридман считает, что новая эра глобализации против предыдущей — все равно как реактивный самолет против паровоза. Нынешняя эра глобализации отличается от предыдущей не только масштабами, но и по своей природе. В технологическом плане предыдущая эра основывалась на том, что перемещаться стало быстрее и дешевле. Сегодняшняя эра основывается на удешевлении телекоммуникационных затрат. Это изменение позволяет отсталым прежде странам не только эффективнее продавать свою традиционную продукцию, но и прорываться на новые рынки современных технологий. Кроме того, сформировался глобальный рынок услуг. Также нынешняя эра отличается от предыдущей в политическом плане. Если в первой доминировала Великобритания, то теперь США. Теперь мир сократился уже с размера M до размера S. Т.Л. Фридман пишет, что

глобализация — это не какие-то экономические чудеса или временная мода. Это господствующая международная система, которая сменила систему холодной войны после падения Берлинской стены. Движущей идеей глобализации он называет капитализм с его идеей свободного рынка. Законы глобализации основываются на открытости, дерегуляции и приватизации экономики. Это, по мнению Т.А. Фридмана, делает ее более конкурентоспособной и привлекательной для инвесторов. Происходит также становление господствующей культуры: американского масскульта. Определяющими технологиями стали компьютеризация, миниатюризация, цифровые технологии, спутниковая связь, оптические волокна и интернет [Фридман Т.А., 2002].

Интересный анализ проблем глобализации провели Д. Хелд и Э. МакГрю. Они как бы провели заочную дискуссию между оптимистами и скептиками глобализации. Саму эту дефиницию они определили как процесс ускорения и усовершенствования разнообразных международных потоков товаров и информации в общем контексте социального развития. При этом глобализация связана с изменением или трансформацией общечеловеческой организации, связывающей отдаленные общности [Гелд Д., Мак-Грю Е., 2004: 1, и далее]. Отмечается, что для скептиков непродуктивно является сама идея глобализации. Они не интерпретируют глобализацию как уникальный феномен, а представляют его как американизацию или вестернизацию. Для подтверждения своих взглядов скептики сравнивают нынешнюю глобализацию с «прекрасной эрой» 1890-1914 гг. По их мнению, результаты этого эмпирического теста свидетельствуют скорее о процессах интернационализации (т.е. усилении связей между изолированными национальными экономиками или обществами) и регионализации (объединения в географические кластеры на основе трансграничного взаимодействия), чем о глобализации. Причем в современном мире национальные и местные черты, по мнению скептиков, усиливаются. А дискурс глобализации просто помогает оправдать и легитимизировать неолиберальный глобальный проект, направленный на создание глобального свободного рынка и консолидацию англо-американского капитализма в границах основных мировых экономических регионов. Т.е. глобализация рассматривается как миф, задача которого обеспечить поддержку граждан неолиберальному проекту Запада. А капитализму такой проект нужен для обеспечения новых рынков, в соответствии с классическими постулатами К. Маркса. Причем влияют на нынешнее политическое устройство в основном развитые страны Запада. Оптимисты же глобализации отвергают идею о том, что глобализация — это синоним вестернизации или западного империализма. Они считают, что глобализация отражает глубокие структурные изменения в современной социальной организации, а Запад просто этим пользуется. Эти изменения проявляются в развитии транснациональных корпораций, мировых финансовых рынков, массовой культуры и всеобщей экологической деградации. При этом акцент делается на пространственных свойствах глобализации, т.е. под нее подпадают процессы и явления, которые происходят на межрегиональном и межконтинентальном уровнях. В центре же глобалистской доктрины находится отношение к власти, ее инструментарию, структуре, распределе-

нию и воздействию. Т.е. упор делается на то, что власть приобретает наднациональный характер. Скептики глобализации считают, что национальное государство сохраняет свое значение. Оптимисты же указывают на развитие международных организаций и структур (как официальных, так и групп влияния). Государство, по их мнению, превратилось во фрагментированную политикоориентированную арену, покрытую транснациональными сетями, а также местными органами власти и силами. Сама идея глобальной политики ставит под вопрос традиционное размежевание: внутреннее/внешнее, территориальное/внетерриториальное. На первый план выдвигается богатство и сложный характер взаимосвязей, которые выходят за границы государств и общностей в глобальном порядке. Множество глобальных вопросов (загрязнение окружающей среды, наркотики, права человека, терроризм) выходят за пределы национальных государств и требуют глобальных усилий по их решению. Нации, люди и организации ныне связаны друг с другом новыми способами коммуникации, которые действуют вне зависимости от государственных границ. Таким образом, разорвалась связь между «материальным окружением», «социальной ситуацией» и политикой. Усилилось международное право, что ограничило возможности национальных государств относиться к своим гражданам так, как они считают необходимым. Хотя эти стандарты часто нарушаются, однако отношение мирового сообщества к таким нарушениям все более жестко. Еще одной тенденцией является привлечение частных и общественных организаций к законотворческой деятельности. Изменения произошли в вопросе обеспечения национальной безопасности. Все больше государств входят во всевозможные блоки, объединяя свои усилия в военном плане. Т.е. национальная безопасность становится коллективной или многосторонней проблемой. Кроме того, государства утратили монополию на силу. Терроризм, частные армии и частное обеспечение безопасности играют значительную роль во многих районах мира. Впервые в истории, делают вывод Д. Хелд и Э. МакГрю, единственное, что дает современным государствам цель, — это национальная безопасность, и даже эта сердцевина современного государственного строительства эффективно реализуется сегодня только когда национальные государства объединяют ресурсы, технологии, разведку, силу и власть. Естественно, все это ведет к сужению границ выбора схем стратегического поведения государств. Одной из причин является сужение функций пограничного контроля, традиционно ограничивающего трансграничные деловые операции, обмен идей и культур. Таким образом, большинство сфер деятельности современного государства (оборона, управление экономикой, здравоохранение, обеспечение правопорядка) уже не развиваются без институализованных многосторонних форм сотрудничества, а сами по себе отдельные государства больше не могут считаться соответствующими политическими формированиями для решения ключевых политических проблем или эффективного управления широким набором государственных функций. Оплетенное множеством связей современное государство уже не может самостоятельно решать свою судьбу и действовать самостоятельно. Природа политической власти меняется. Скептики же глобализации обращают внимание на борьбу за национальное самосознание и госу-



дарственность, которая развернулась так широко, что не может быть разрушена транснациональными силами и развитием так называемой глобальной культуры. Национальное самосознание основывается на долгосрочных ценностях и глубинном обращении к национальным культурам сравнительно с эфемерными эрзац-ценностями продуктов транснациональных медийных корпораций. Таким образом, национальные культуры — это гигантские первопричины этической и политической мотивации. И современные коммуникационные технологии помогают, как считают скептики, возродить традиционные формы и истоки национальной жизни, усиливая их влияние. Даже если культурный продукт имеет транснациональное происхождение, он трактуется в духе национальной культуры, а не так, как задумывали создатели. Сторонники национальных культур указывают на то, что не существует объединенной памяти, общей манеры думать, «универсальной истории», т.е. того, что может объединить всех людей. Глобалисты же обращают внимание на сконструированную природу национальных культур: эти культуры возникали вместе с формированием наций, и не имеют ни глубоких корней, ни устоявшейся природы. Национализм, который сыграл свою роль в формировании государства, в сегодняшних условиях выглядит странным, когда экономические, социальные, политические процессы выходят из-под юрисдикции национальных государств. Современная популярная культура, хоть и не имеет социального влияния предыдущих культур, но зато ее интенсивность, скорость и объем являются непревзойденными. Благодаря современным коммуникационным технологиям государственные формы контроля за информацией стали неэффективными, а люди беззащитными перед влиянием ценностей другой культуры. В сфере языковой, которая традиционно была преградой транскультурному обмену, глобальное доминирование английского языка создает лингвистическую структуру, которая по своему могуществу не уступается любой технологической системе распространения идей и культур. Причем культурную глобализацию проводят корпорации, а не страны. Таким образом, гибридные культуры и транснациональные медийные корпорации решительно наступают на национальные культуры и национальное самосознание. В области экономической глобализации зафиксированы дискуссии по четырем фундаментальным вопросам: создается ли единая мировая экономика; насколько широко распространена новая форма капитализма, вызванная «третьей промышленной революцией»; находится ли экономическая глобализация под правильным и эффективным национальным и международным управлением; на самом ли деле глобальная конкуренция означает конец национальной экономической политике и государству благосостояния. Скептики считают, что мировая экономика остается только частично интегрированной. В сравнении с «прекрасной эпохой» 1890-1914 гг. величина, географический масштаб потоков торговли, капитала и мигрантов остается на достаточно низком уровне. При беспрецедентном общем потоке капиталов между основными мировыми экономиками, реальное движение капиталов значительно меньше, чем в начале XX ст. Т.е. скептики интерпретируют современные тенденции не как глобальную экономику, а как свидетельство существенной, но не беспрецедентной, интернационализации экономической

деятельности. Причем интеграция экономик происходит в границах трех основных блоков: Европы, Азиатско-Тихоокеанского региона, Америки. Правительства остаются весомой рыночной силой, с которой имеют дело транснациональные корпорации, т.к. они нуждаются в доступе к жизненным ресурсам местных экономик и национальных рынков. Т.е. миром правят не корпорации, а государства. Глобалисты указывают, что эти выводы не принимают во внимание то, что национальные правительства вынуждены постоянно приспосабливаться к сигналам мирового рынка. Они обращают внимание на то, что глобальное производство, которое обеспечивают транснациональные корпорации, заметно превышает уровень мирового экспорта и охватывает все развитые регионы. Движение экономической интеграции продолжается. Особенно это ощущается на финансовом рынке. Национальные экономики уже не работают как системы создания богатства. Образовалась «экономика безграниц», в которой трудно найти разницу между внутриэкономической и глобальной деятельностью. Слабые страны вынуждены де-факто подчиняться экономическим решениям сильных, а также наднациональных экономических структур. Экономическая глобализация, по мнению глобалистов, сопровождается важной интернационализацией политической власти, которая ассоциируется с новой системой глобального управления. Антиглобалисты считают, что институции глобального экономического управления (например, Международный валютный фонд, Мировой банк и т.д.) составляют ядро более широкой системы либерального глобального управления, которая подчиняет мир и его жителей диктату неолиберальной идеологии и глобального корпоративного капитализма. Согласно иной точки зрения, власть глобального капитала преувеличивается. Надо принимать во внимание комплексную многомерную политику глобального экономического управления, относительную автономность глобальных институций и встречное право международного гражданского общества. Радикальные и неомарксистские доктрины считают глобальное управление политической оболочкой, под прикрытием которой США распространяют свое влияние в мире. Т.е. это инструмент, позволяющий поддерживать и развивать корпоративный капитализм в мировом масштабе. Т.е. глобальное управление принимается как либеральное управление, т.к. оно поддерживает и усовершенствует проект либерального мирового порядка, в котором глобальные рынки, нормы международного права, либеральная демократия и права человека рассматриваются как универсальные нормы цивилизации. Причем, эти ценности продвигаются не сбалансировано. Приоритет принадлежит развитию рынков и экспансии за счет развития всех других ценностей. Т.е. ценности либеральной экономики берут верх над другими. Либеральное глобальное управление соединяет разнообразные интересы корпоративных, национальных, технократических и космополитических элит, кристаллизируя процесс создания транснационального капиталистического класса, главной целью которого является распространение и углубление глобального капиталистического продукта. Но это приводит и к мобилизации глобального антикапиталистического движения. Глобализация представляется источником и фундаментальной силой формирования моделей глобального неравенства и социальной изоляции. Эти модели имеют драматические последствия для судеб

и материальной перспективы семей, общностей, наций по всей планете. А это, в свою очередь, влияет на перспективы мировой стабильности и порядка. Глобалисты указывают, что возрастает не только неравенство между богатыми и бедными странами, но и соответствующая дифференциация внутри стран. Новое глобальное распределение труда, таким образом, просто реорганизует структуру глобального неравенства и социальной изоляции. Т.е. мир больше не делится географически на Север и Юг, а имеет иную архитектуру, которая разделяет человечество на элиту, буржуазию, маргиналов и нищих вне зависимости от границ. Тут экономическая глобализация является принципиальным механизмом, который определяет модели глобального неравенства, поскольку мобильный капитал перемещает рабочие места и производство в мировой экономике, торговля интенсифицирует международную конкуренцию, глобальные финансы сдерживают размер социальной помощи и перераспределительные возможности государств. Это приводит к возникновению четырех динамик, взаимно усиливающих друг друга: все большая сегментация глобальной рабочей силы на победителей и побежденных в борьбе с продуктивной и финансовой интеграцией; усиление изоляции, отделения и бедности побежденных как между странами, так и в середине каждой страны; разрушение социальной солидарности, т.к. государства уже не могут обеспечить всех нуждающихся; интенсификация поляризации экономики и социальной изоляции внутри и между странами. Д. Хелд и Э. МакГрю представляют также взгляды сторонников трансформационной позиции. Ее сердцевиной является представление о том, что современная глобализация возрождает власть, функции и влияние национальных правительств. Это необходимо рассматривать в контексте все больших полномочий организаций международного управления и требований международного права. Но, наряду с действенной суверенностью, государство лишается возможности быть единственным, кто контролирует и определяет все, что происходит в его границах. Комплексные глобальные системы, от финансовых до экологических, объединяют судьбы отдельных локальных общностей с судьбами общностей в разных регионах мира. Т.е. понятие национального государства как самоуправяемой автономной единицы превращается в фикцию.

Французские социологи Д. Мартен, Ж.-Л. Мецжер и Ф. Пьерр считают, что XX ст. породило чрезвычайное ускорение товарного производства, а также постоянное расширение торговли между государствами. Они приходят к выводу, что наша планета кажется еще никогда не была настолько богатой, а на самом деле, на ней еще никогда не было такого неравенства [Мартен Д., Мецжер Ж.-Л., Пьерр Ф., 2005: 6, и далее]. Констатируется, что происходит отказ от того, чтобы превратить борьбу с неравенством в движущую силу развития. Глобальное, в этом смысле, принадлежит немногим интегрированным и платежеспособным людям, хотя глобализация и законы рынка считаются безальтернативными и неизбежными. Самому термину «глобализация» предшествовал другой, «интернационализация», который в начале XX ст. обозначал процесс, в котором благодаря достижениям новых технологий той эпохи появились две надежды: 1) что коммуникация становится инструментом просвещения; 2) что взаимозависимость наций ведет к культурному

объединению. Что касается глобализации, то этот термин имеет холистическое звучание, т.е. явления сразу рассматриваются как целостности, объединенные в мировом масштабе, а также кибернетический оттенок, т.е. объектом интереса являются способы контроля и регулирования потоков. Французские исследователи, как и многие их коллеги, обращают внимание на то, что, несмотря на беспрецедентный рост доли международной торговли в мировой экономической деятельности, нельзя считать рынок товаров и услуг собственно мировым, т.к. торговля сосредоточена, в основном, в рамках Триады (США, Япония, Европа), в то время как Африка и беднейшие страны остаются в стороне. Наиболее близки к планетарным масштабам финансовые рынки (об этом свидетельствуют и мировые кризисы). Но главную пользу от международного оборота капиталов продолжают получать страны Севера. Транснациональные корпорации, несмотря на их размеры, количество и мощь, не стали глобальными в смысле того, что их деятельность не размещена по всей планете. Поэтому Д. Мартен, Ж.-Л. Мецжер и Ф. Пьерр делают вывод, что мир далек от того, чтобы быть единым. Хотя, бесспорно, его части связаны, например, последствиями конфликтов и деятельности человека (климатические изменения). Французские исследователи не согласны с выводами о неизбежности глобализации, ее новизне, беспрецедентности увеличения товарообмена, создания социальных сетей, использования технологий как источника изменений, движения к культурной однородности. Также они пишут, что глобализация не является невиданной или повторяющейся мировой катастрофой, как думают многие люди. Также она не является и простой идеологией в смысле деформированного изображения реальности в социальных отношениях. Однако, она опирается на определенную центральную систему ценностей, которая с 1970-х гг. влияет на создание реалий, которых нельзя избежать, но которые не есть неотвратимыми. Глобализация больше, чем просто идеология: она отражает экономическую реальность нашего времени и приводит к выводу, что модные неолиберальные концепции достигли гегемонистического господствующего положения в наиболее развитых странах. Французские исследователи также опровергают мифы о человеке-кочевнике в киберпространстве, связанном в реальном масштабе времени со всей планетой, об экономике, структурированной преимущественно «глобальными фирмами», о конце труда, к которому приведет взаимосвязанность рынков, что будет причиной расширения безработицы на всю планету, о конце государства-нации, о том, что глобализация представляет собой власть новой мировой элиты и ведет к культурной унификации. Д. Мартен, Ж.-Л. Мецжер и Ф. Пьерр делают вывод, что экономическая глобализация выводит на сцену определенное количество акторов, способных соперничать с государством-нацией и главное — увеличивать зависимость слабых государств. Международное пространство ныне заполнено большим количеством международных акторов, которые показывают, что традиционное государство-нация уже не является единым владельцем общего интереса, что она должна защищаться против раскиданных везде врагов, и что она должна быть большим стратегом, который теряет часть своей власти и должен выходить в международные сети, пользуясь своим влиянием. Но в большинстве случаев государство-нация сохраняет прерогативу одобрять

решения в последней инстанции, особенно на своей территории или в ответ на внутринациональные вызовы. Исследователи также не видят весомых доказательств того, что глобализм (как симбиоз между космополитической идентичностью и универсальной демократией) побеждает во всемирном масштабе. Также делается вывод, что социальные изменения не уничтожают полностью идентичность, верования, предыдущие стремления. Расширение рыночных принципов на культурную деятельность являются поводом, чтобы прежние стремления к идентичности, этнические, культурные и культовые претензии вышли на поверхность и служили опорой и поддержкой для стратегических замыслов. В сфере финансов глобализация, которая сознательно организовалась для стимулирования мирового роста и содействия возрождению нормы прибыли капитала, имела непредвиденные последствия: финансовые потоки, направленные на наибольшую прибыльность в кратчайшие сроки, не только стимулируют спекуляцию, но и ведут к постоянной неуверенности относительно возможностей быстрого возвращения инвестиций, что становится источником резкого сокращения активности. Рост мировой торговли и поиск наименьших трудовых затрат в масштабе планеты сопровождается давлением для сокращения социальных завоеваний. Д. Мартен, Ж.-Л. Мецжер и Ф. Пьерр предложили также ряд сценариев «наилучшего желаемого будущего», которое бы составляло альтернативу нынешней либеральной глобализации. Они выделяют позиции а) сторонников неограниченного расширения маркетизации мира, независимо от социальных последствий, которые борются за регулирование через рынок, сокращение роли государства (тут можно выделить позиции тех, кто активно стремится установить новые международные нормы для обеспечения «свободного передвижения», т.е. проглобалистских неолибералов, и тех, кто считает, что почти автоматическое развитие капитализма все равно приведет к маркетизации всех видов деятельности и социальных потребностей, т.е. постглобалисты); б) сторонников более гуманной глобализации, или альтерглобалистов, для которых экономического роста остается главной целью прогресса и должен сопровождаться мерами по перераспределению благ как внутри страны, так и между странами (тут можно выделить «образованных экономистов», которые соглашаются с необходимостью исправлять недостатки либерализма со стороны наднациональных регулирующих органов, т.е. неолиберальные альтерглобалисты; сторонников постепенной передачи отдельных прерогатив государства промежуточным наднациональным институциям; сторонников создания мирового правительства, т.е. утопических альтерглобалистов; тех, кто продолжает ориентироваться на государства-нации при признании роли наднациональных структур, т.е. реформаторские альтерглобалисты); противников глобализации (антиглобалистов), которые нацелены на внутреннее развитие в противовес внешним связям (тут можно выделить внутринациональную версию, ориентированную на самообеспечение и местную демократию; национальную версию, которая допускает международную торговлю, но отрицает его роль двигателя развития).

М. Кастельс считает, что информационная экономика является глобальной. Глобальная экономика, по его мнению, представляет собой исторически новую реальность, отличную от мировой экономики.

Глобальная экономика представляет собой нечто иное: это экономика, способная работать как единая система в режиме реального времени в масштабе всей планеты. Капиталистический способ производства неустанно развивался, пытаясь преодолеть границы времени и пространства, но только в конце XX ст. мировая экономика смогла стать по-настоящему глобальной на основе новой инфраструктуры, основанной на информационных и коммуникационных технологиях. Глобальность присутствует во всех основных процессах и элементах экономической системы. Впервые в истории управление капиталом осуществляется непрерывно на глобальных финансовых рынках, работающих в режиме реального времени. Рынки труда, по существу, не являются глобальными, за исключением небольшого, но растущего сегмента профессионалов и ученых. Однако труд можно считать глобальным ресурсом, поступающим по трем каналам: 1) фирмы могут выбрать свое местоположение в разных местах по всему миру, с тем, чтобы найти трудовые ресурсы в зависимости от навыков, издержек или социальных условий; 2) фирмы в любом месте могут привлечь к себе высококвалифицированных работников отовсюду, и они их получают, если предложат хорошую оплату и условия труда; наконец, 3) люди по собственной инициативе могут войти на любой рынок из любой точки мира, гонимые из дома нуждой, войнами или движимые заботой о своих детях. Труд иммигрантов может использоваться в любой точке планеты, где есть рабочие места, но его мобильность ограничена строгим иммиграционным контролем. Наука, технология и информация также собраны в глобальные потоки, имеющие асимметричную структуру. Право собственности на технологическую информацию играет важнейшую роль в создании конкурентного преимущества, и научно-исследовательские центры концентрируются в определенных районах при отдельных компаниях и институтах. Характеристики нового производительного знания способствуют его распространению. Инновационные центры не могут существовать в условиях полной секретности без того, чтобы рано или поздно не исчерпать инновационный потенциал. Обмен знаниями в глобальной взаимосвязанной сети одновременно является и условием соответствия быстрому развитию науки, и помехой осуществлению контроля за интеллектуальной собственностью. Кроме того, способность к инновациям заложена в человеческом мозгу, что позволяет распространять инновации вместе с перемещением ученых, инженеров и менеджеров из одной организации или производственной системы в другую. Несмотря на настойчивый протекционизм и ограничение свободной торговли, рынки товаров и услуг становятся все более глобальными. Это не означает, что все фирмы продают продукцию повсеместно в мире, но предполагает, что стратегической целью небольшой или крупной фирмы является продажа продукции везде в мире, будь-то напрямую или путем подключения к сетям, действующим на мировом рынке. И действительно, во многом благодаря новым коммуникациям и транспортным технологиям существуют каналы и возможности для фирм продавать продукцию повсеместно. Здесь, однако, М. Кастельс делает оговорку: внутренние рынки составляют наибольшую долю ВВП в большинстве стран, и в развивающихся странах большинство городского населения работает на теневую экономику, которая также ориентирована на внутренний

рынок. Государственная служба и правительственные ведомства, на которые приходится от одной трети до половины рабочих мест в каждой отдельной стране, также всегда будут ограждены от международной конкуренции. Доминирующие сегменты и фирмы, представляющие стратегическую основу любой экономики, тесно связаны с мировым рынком, и их судьба зависит от того, насколько успешно они работают на этом рынке. Динамика внутренних рынков в конечном счете зависит от способности национальных фирм конкурировать в глобальном масштабе. М. Кастельс подчеркивает, что глобализация рынков стала возможной только в конце XX ст. благодаря разительным переменам в транспортных и коммуникационных технологиях относительно информации, людей, товаров и услуг. Понятие глобальной экономики с региональным разделением отнюдь не является противоречивым. Можно говорить о существовании глобальной экономики потому, что экономические агенты действительно работают внутри глобальной взаимосвязанной сети, выходящей за пределы национальных и географических границ. Однако эта экономика не является политически независимой, поскольку национальные правительства играют важную роль в управлении экономическими процессами. И все же экономический расчет делается на глобальную экономику, так как именно в глобальном масштабе имеет место стратегическая производственная и торговая деятельность наряду с накоплением капитала, концентрацией знаний и управлением информацией. Политическая зависимость данной глобальной системы определяет экономические процессы и стратегии конкурирующих агентов. В этой связи М. Кастельс считал, что внутреннее подразделение на регионы является системной характеристикой информационной/глобальной экономики, ведь институт государства порождается обществом, а не экономической системой. Таким образом, особое значение в информационной экономике приобретают сложные процессы взаимодействия между исторически сложившимися политическими институтами и все более глобальными экономическими агентами. М. Кастельс считает необходимым внести дополнительную поправку в определение контура глобальной экономики — это не экономика планетарного масштаба. Другими словами, она не включает все экономические процессы, территории и людей на планете, хотя прямо или косвенно оказывает влияние на все человечество. Несмотря на планетарный эффект от глобальной экономики, ее существование и форма затрагивают лишь отдельные сегменты и экономические структуры, страны и регионы пропорционально конкретному положению страны или региона в международном разделении труда. Более того, это положение может меняться со временем, в результате чего страны, регионы и население будут находиться в постоянном движении, а это уже равносильно структурной нестабильности. Таким образом, новая глобальная экономика является высокодинамичной, эксклюзивной и в то же время высоконестабильной системой с точки зрения собственных границ. В то время как основные сегменты экономики всех стран связаны в глобальную сеть, отдельные части стран, регионы, экономические сектора и местные сообщества отключены от процессов накопления и потребления информационной/глобальной экономики. При этом М. Кастельс подчеркивал, что

данные «маргинальные» сектора связаны социально со всей системой, ведь социального вакуума вовсе не существует. Однако их социальная и экономическая логика основана на механизмах, совершенно отличных от используемых в информационной экономике. Структура глобальной экономики определяется динамикой конкуренции между экономическими агентами и локальными образованиями (странами, регионами, экономическими областями), где расположены сами агенты. Конкуренция организуется на основании факторов, специфических для новой информационной экономики, внутри глобальной системы, представляющей сеть, построенную на информационных технологиях. Четыре основных фактора определяют форму и результат конкурентной борьбы. Во-первых, технологические мощности. Данное определение включает научную базу производственных и управленческих процессов, потенциал НИОКР, человеческие ресурсы, необходимые для создания технологических инноваций, адекватное использование новых технологий и степень их распространения внутри всей системы экономического взаимодействия. Вторым важным фактором, влияющим на конкурентоспособность, является доступ на крупный, интегрированный и богатый рынок, такой, как Европейский Союз, США/Североамериканская зона свободной торговли или, в меньшей степени, Япония. Лучшей конкурентной позицией может считаться такая, которая позволяет фирмам спокойно работать на одном из этих крупных рынков и в то же время дает возможность выходить на другие рынки с минимальными препятствиями и ограничениями. В общем, чем значительнее и глубже степень интеграции отдельной экономической зоны, тем больше шансов достичь высокой производительности и прибыльности у фирм, находящихся в этом районе. Таким образом, динамика торговли и иностранных инвестиций между странами и макро-регионами непосредственно влияет на работу отдельных компаний и сетей фирм. Третий фактор, объясняющий конкурентную позицию, — это разница между производственными издержками у производящей стороны и ценами на целевом рынке. Она представляется более приемлемой по сравнению с вычислением издержек на оплату труда, в то же время прочие расходы не менее важны (например, аренда, налоги, защита окружающей среды и пр.). Однако третий фактор влияет на конкурентоспособность, если первые два позитивно отражены в коммерческой стратегии фирмы, т. е. потенциальная прибыль, связанная с более низкими производственными издержками, может быть получена только при возможности выхода на крупный и богатый рынок. Наконец, конкурентоспособность в новой глобальной экономике сильно зависит от политических возможностей национальных и межнациональных институтов управлять стратегиями роста стран или регионов, находящихся под их юрисдикцией. Сюда входит и создание конкурентных преимуществ на мировом рынке для тех фирм, которые призваны служить интересам населения, создавая рабочие места и генерируя доходы. Деятельность правительств не ограничивается лишь управлением торговлей: правительства могут оказывать необходимую поддержку в области технологического развития и подготовки человеческих ресурсов, что формирует базу для работы информационной экономики. Глобальная экономика, возникающая из информационного производ-



ства и конкуренции, характеризуется своей взаимозависимостью, своей асимметрией, своей регионализацией, растущей диверсификацией в каждом регионе, своей избирательной включенностью, своей исключительной сегментацией и в результате всех этих характеристик — необычайно изменчивой геометрией, которая ведет к растворению исторически сложившейся экономической географии [Кастельс М., 2000].

Самым важным фактором, который привел к закату фордизма и часто упоминается как определяющая характеристика постфордизма, Ф. Уэбстер называет глобализацию [Уэбстер Ф., 2004: 92, и далее]. В последние годы этот термин является одним из самых употребительных у социологов, политиков и лидеров бизнеса, озабоченных переменами в сфере управления. Глобализация определяется Ф. Уэбстером как долгосрочный процесс, и он далеко еще не закончен, хотя с 1970-х годов значительно ускорился. Этим термином обозначается не просто рост интернационализации, предполагающей возросшее взаимодействие суверенных национальных государств. Глобализация — это нечто значительно большее: она означает рост взаимозависимости и взаимопроникновения человеческих отношений наряду с ростом интеграции социо-экономической жизни. Некоторые хотят представить глобализацию главным образом как экономический фактор, который проявляется в тесной связи рынков, валют и корпоративных организаций. Все это так, но в то же время глобализация является социальным, культурным и политическим фактором, о чем свидетельствуют, например, взрывной рост миграции, туризма, возникновение гибридных музыкальных форм и увеличивающаяся озабоченность выработкой глобальных политических стратегий, призванных ответить на угрозы и вызовы выживанию человечества. Капитализм — как социальное устройство, которое и начало глобализацию, — доказал, по мнению Ф. Уэбстера, свою фантастическую успешность: он распространился по всему миру и одновременно глубоко проник в частную жизнь индивида. Таким образом, капитализм действует по всему миру (быстро расширяясь за счет вовлечения таких прежде изолированных зон, как бывший Советский Союз и Китай) и в то же время проникает в такие глубоко частные сферы, как уход за детьми, личная гигиена и ежедневные поставки продуктов питания. Кроме того, важнейшим фактором глобализации стала экспансия транснациональных корпораций, которые во многом и обеспечили основу для развития этого процесса. Глобализация, в которой действуют и которую создают (если не контролируют) транснациональные корпорации, имеет несколько особо важных характерных черт. 1. Глобализация рынка. Глобализация рынка означает, что основные корпоративные игроки теперь работают с учетом того, что их рынком становится весь мир, и рынки открыты всем экономическим субъектам, у которых достаточно ресурсов и желания работать на них. Разумеется, даже сегодня немногие ТНК развивают чисто глобальную стратегию, однако развитие идет в этом направлении. Глобализация означает, что ныне рынки стали больше, чем когда-либо, и присутствие на них все больше ограничивается теми игроками, которые имеют огромные ресурсы, обеспечивающие это глобальное присутствие. Парадоксально однако, что в ключевых отношениях рынки стали ареной гораздо более жестокой конкуренции, чем раньше, именно потому, что на них сражаются гиганты,

обладающие ресурсами, которые обеспечивают глобальное присутствие. В какой-то период на определенном рынке может доминировать национальная олигополия, но по прошествии времени она переходит в разряд аутсайдеров (а энергетические национальные корпорации, разумеется, выходят за пределы страны, чтобы завоевывать другие рынки). Эти новые игроки, обеспечивая себе глобальное присутствие, оказываются одновременно и более крупными, и более уязвимыми, чем когда-либо. Бесспорно, что этот глобальный рынок делится на три больших сегмента — Северная Америка, Европа и Юго-Восточная Азия, тогда как остальная часть земного шара вряд ли перспективна в смысле возврата инвестиций. Но крупнейшие ТНК, разумеется, все больше оперируют в трех названных сегментах.

2. Глобализация производства. Корпорации все больше и больше работают на глобальном рынке, и соответственно они должны организовывать свою работу по всему миру. Глобальные производственные стратегии — отличительная черта этого процесса. И тут нельзя не отметить, что этот процесс, связанный с глобализацией рынка, выдвигает на первый план проблему информации, поскольку маркетинговые стратегии и производства, разбросанные по всему миру, могут существовать только при наличии совершенных информационных услуг.

3. Глобализация финансов. Главным аспектом глобализации является распространение по всему миру таких информационных услуг, которые обеспечивают банковские и страховые корпорации. Это предполагает глобализацию финансов, но это же означает нечто большее — постоянно растущий интегрированный глобальный финансовый рынок. В связи с нынешним усовершенствованием ИКТ вкупе с дерегулированием биржевых рынков и отменой контроля за курсом валют люди сейчас имеют все возможности для постоянного поступления финансовой информации в режиме реального времени для круглосуточного участия в торгах акциями, валютных торгах и торгах облигациями. Эти процессы значительно увеличили объемы и скорость международных финансовых транзакций и в то же время зависимость любой национальной экономики от денежных глобальных рынков.

4. Глобализация коммуникаций. Другим показателем глобализации, также тесно связанным с этим процессом, стало распространение коммуникационных сетей, опоясывающих весь земной шар. Конечно, для этого существуют технологические основания — спутниковая связь, телекоммуникационное оборудование и тому подобное, но Ф. Уэбстер привлекает внимание к созданию символической среды, которая охватывает весь земной шар и — в очень значительной части — организована с помощью медийных ТНК.

5. Информационная инфраструктура. Каждое измерение глобализации выдвигает требования к информационной инфраструктуре и вносит свой вклад в ее развитие, с тем, чтобы она соответствовала меняющимся точкам напряжения мировой экономики. Поскольку процессы глобализации разрастаются и продолжаются, обработка информации и информационные потоки должны занимать в них свое место. Главными элементами информационной инфраструктуры являются:

а) Всемирное распространение и экспансия таких услуг, как банковские услуги, финансы, страхование и реклама, которые являются основными компонентами глобализации. Без этих услуг ТНК не могли бы работать. Разумеется, информация входит в их бизнес, является ключевой час-

тью их работы. Это информация о рынках, потребителях, регионах, экономиках, рисках, моделях инвестирования, налоговых системах и т.д. Для оказания такого рода услуг необходимо хранение информации, а также ее производство и распространение. Стоимость ее увеличивается благодаря аналитической работе, своевременности ответа на запрос и сопоставления; б) Глобализация требует производства компьютеров, а также, где это необходимо, их совершенствования и коммуникативных технологий. За последние годы мы наблюдали быстрое введение информационных технологий и их постоянное усовершенствование — от факсовых аппаратов до международных компьютерных сетей, что является необходимым условием для координации глобальных предпринимательских структур.

Выдающийся британский социолог Э. Гидденс в споре скептиков и радикалов глобализации встал на сторону последних [Гидденс Е., 2004: 12, и далее]. Он обосновывал свою позицию тем, что в настоящий момент уровень мировой торговли выше, чем когда бы то ни было ранее, и он охватывает широчайший объем товаров и услуг. Но его главное отличие состоит в уровне обращения финансов и капитала. Электронная мировая экономика (привязанная к обращению денег, существующих только в виде цифр в компьютере) не имеет аналогов. Это обеспечивает величайшую скорость трансферов капитала и возможность дестабилизации экономики. Э. Гидденс считал, что глобализация является политическим, технологическим, культурным, а только затем экономическим феноменом. Наибольшее влияние на ее формирование оказали достижения в области коммуникаций. Особенно выделяется роль спутниковой связи, которая обеспечила возможность мгновенной коммуникации одной части света с другой. Одновременно растет сфера влияния медийных технологий. В США радио завоевала 50-миллионную аудиторию за 40 лет. Компьютеру это удалось сделать всего за 15, а интернету — за 4. Э. Гидденс указывает, что глобализация относится не только к глобальным системам, но и к интимной и персональной сфере нашей жизни. Глобализация представляет собой не один, а целую совокупность процессов. Эти процессы действуют противоречиво, а иногда и конфронтационно. С одной стороны, власть и влияние «оттягивается» от локальных общностей и наций, но, с другой, толкает к тому, что многие проблемы решаются на местном уровне. Кроме того, глобализация служит причиной возрождения локальных культурных идентичностей в разных частях мира. Одновременно человечество сталкивается с серьезными проблемами, например, расширение неравенства, экологические риски. Вина в этом лежит не только на Западе. Конечно, богатые страны принимают важные решения, но в условиях глобализации часто происходит «обратная колонизация», когда не-западные страны влияют на достижения западных. Глобализация несет серьезные экономические риски. Те, кто открывают свою экономику свободной торговле, могут ее подорвать. Те, кто зависит от продаж немногих продуктов на мировых рынках, становятся открытыми для ценовых и технологических изменений. Но, несмотря на риски, путь протекционизма (кроме периода кризиса) тупиковый как для богатых, так и для бедных наций. Что касается национального государства, то Э. Гидденс считает, что оно остается сильным, а политические лидеры продолжают играть

значительную роль. Но при этом национальное государство изменяется. Национальная экономка уже не может быть такой эффективной, как раньше. Старые геополитические формы отживают. Нациям приходится переосмысливать свою идентичность. Большинство наций в наше время не имеет врагов. Внешняя скорлупа остается, но внутренне понятия семьи, нации, труда, традиции, природы меняются. Человечество постепенно превращается в глобальное космополитическое общество. Э. Гидденс считает, что мы — первое поколение, которое живет в нем, поэтому его основные черты еще в тумане. Но оно уже активно изменяет наш привычный образ жизни.

В другой своей работе Э. Гидденс сделал такие выводы о глобализации и ее природе: 1. Мировое сообщество становится все более взаимозависимым — этот процесс известен как глобализация. Становление мировых социальных отношений тесно связано с крупномасштабным неравенством между индустриальными странами и странами третьего мира. Громадные расхождения в богатстве и жизненном уровне отделяют индустриальные страны от бедных государств третьего мира. 2. Большинство обществ третьего мира находится в регионах, переживших колониальное правление Запада. Многие из них стали независимыми государствами лишь после Второй мировой войны. Хотя большинство стран третьего мира по сравнению с индустриальными обществами крайне бедны, небольшая их часть (новые индустриальные страны) недавно пережили мощный экономический рывок. 3. Ежегодно в мире от голода и болезней, связанных с недоеданием, погибают миллионы людей. Однако, несмотря на быстрый рост населения, в мире производится достаточно продовольствия. Огромные массы продовольствия в западных странах уничтожаются или хранятся неопределенно долго, тогда как в других частях мира люди голодают. Уровень продовольственной помощи, регулярно оказываемой богатыми странами бедным, чрезвычайно низок. 4. Распространение мировых запасов продовольствия в значительной степени определяется развитием агробизнеса — индустриальных способов производства, обработки и хранения продовольствия. Фирмы агробизнеса, действующие в странах третьего мира, ориентированы на экспорт для западных рынков, а не на стимулирование местного сельскохозяйственного производства. 5. В понимание процессов, ведущих к глобальному неравенству, внесли свой вклад три теоретических подхода. Согласно теориям империализма и неоимпериализма, в качестве силы, стоящей за этими процессами, рассматривают экономические мотивы, стремление к расширению индустриального производства. Теория зависимости акцентирует внимание на способности индустриальных стран навязывать странам третьего мира свой тип взаимоотношений. Теория мировой системы описывает централизованную мировую экономику как систему связей между странами ядра, полупериферии, периферии и внешней арены. 6. Существенной чертой процесса мирового развития является возникновение транснациональных корпораций — компаний, действующих в двух или более странах, невзирая на национальные границы. Страны — участницы мирового экономического процесса стали взаимозависимыми в существенной степени вследствие деятельности транснациональных корпораций. 7. Изобретение телекоммуникационных технологий позво-

ляет осуществлять мгновенную связь между различными частями мира. Достижения в области транспорта сделали возможным регулярный и быстрый межгосударственный обмен товарами. Вокруг этих новшеств возникли негосударственные структуры — организации, связанные с обслуживанием процессов, требующих международного сотрудничества и коммуникации. 8. Среди главных опасностей, ожидающих человечество в ближайшем будущем — угроза окружающей среде. Большая часть этой проблемы имеет глобальный характер и касается структуры земли как целого. Имеются три основных источника угрозы — утилизация отработанных материалов, загрязнение, истощение минеральных ресурсов. Судьба окружающей среды — это социальная, а не просто технологическая проблема. Активная атака человечества на окружающую среду является следствием развития и глобального распространения западных социальных институтов и той значимости, которую они придают постоянному экономическому росту. 9. Сегодняшнее ощущение того, что мы живем в едином мире, в существенной степени является результатом международной деятельности масс-медиа. Программы телевизионных новостей представляют целую мозаику международных образов. Возникает мировой информационный порядок — международная система производства, распространения и потребления информационной продукции. Учитывая, что лидирующее положение в МИРОВОЙ информационной системе занимают индустриальные страны, многие полагают, что страны третьего мира оказываются объектом новой формы империалистической экспансии — империализма масс-медиа [Гидденс Э., 2005: 514-515].

Конфликтные стороны глобализации исследовал С. Хантингтон. Он считал, что мировая политика вступает в новую фазу, и версий относительно ее будущего достаточно много: конец истории, возврат к традиционному соперничеству между нациями-государствами, упадок наций-государств под напором разнонаправленных тенденций — к трайбализму и глобализму — и др. Каждая из этих версий ухватывает отдельные аспекты нарождающейся реальности. Но при этом утрачивается самый существенный, осевой аспект проблемы [Хантингтон С., 1994: 33, и далее]. С. Хантингтон полагал, что в нарождающемся мире основным источником конфликтов будет уже не идеология и не экономика. Важнейшие границы, разделяющие человечество, и преобладающие источники конфликтов будут определяться культурой. Нация-государство останется главным действующим лицом в международных делах, но наиболее значимые конфликты глобальной политики будут разворачиваться между нациями и группами, принадлежащими к разным цивилизациям. Столкновение цивилизаций станет доминирующим фактором мировой политики. Линии разлома между цивилизациями будут и линиями будущих фронтов. Грядущий конфликт между цивилизациями — завершающая фаза эволюции глобальных конфликтов в современном мире. На протяжении полутора веков после Вестфальского мира, оформившего современную международную систему, в западном ареале конфликты разворачивались главным образом между государствами — королями, императорами, абсолютными и конституционными монархами, стремившимися расширить свой бюрократический аппарат, увеличить армии, укрепить экономическую мощь, а главное —

присоединить новые земли к своим владениям. Этот процесс породил нации-государства, и, начиная с Великой Французской революции, основные линии конфликтов стали пролегать не столько между правителями, сколько между нациями. В 1793 г. начались войны не между монархами, но между народами. Данная модель сохранялась в течение всего XIX в. Конец ей положила Первая мировая война. А затем, в результате русской революции и ответной реакции на нее, конфликт наций уступил место конфликту идеологий. Сторонами такого конфликта были вначале коммунизм, нацизм и либеральная демократия, а затем — коммунизм и либеральная демократия. Во время холодной войны этот конфликт воплотился в борьбу двух сверхдержав, ни одна из которых не была нацией-государством в классическом европейском смысле. Их самоидентификация формулировалась в идеологических категориях. Конфликты между правителями, нациями-государствами и идеологиями были главным образом конфликтами западной цивилизации. С окончанием холодной войны по С. Хантингтону подходит к концу и западная фаза развития международной политики. В центр выдвигается взаимодействие между Западом и незападными цивилизациями. На этом новом этапе народы и правительства незападных цивилизаций уже не выступают как объекты истории — мишень западной колониальной политики, а наряду с Западом начинают сами двигать и творить историю. Во время холодной войны мир был поделен на «первый», «второй» и «третий». Но затем такое деление утратило смысл. Сейчас гораздо уместнее группировать страны, основываясь не на их политических или экономических системах, не по уровню экономического развития, а исходя из культурных и цивилизационных критериев. С. Хантингтон определяет цивилизацию как культурную общность наивысшего ранга, как самый широкий уровень культурной идентичности людей. Следующую ступень составляет уже то, что отличает род человеческий от других видов живых существ. Цивилизации определяются наличием общих черт объективного порядка, таких как язык, история, религия, обычаи, институты, — а также субъективной самоидентификацией людей. Таким образом, конфликт цивилизаций разворачивается на двух уровнях. На микроуровне группы, обитающие вдоль линий разлома между цивилизациями, ведут борьбу, зачастую кровопролитную, за земли и власть друг над другом. На макроуровне страны, относящиеся к разным цивилизациям, соперничают из-за влияния в военной и экономической сфере, борются за контроль над международными организациями и третьими странами, стараясь утвердить собственные политические и религиозные ценности.

С точки зрения политологии исследует проблемы глобализации З. Бжезинский. Он пишет, что с того момента, как приблизительно 500 лет назад континенты стали взаимодействовать в политическом отношении, Евразия становится центром мирового могущества [Бжезинский З., 1998: 3, и далее]. Различными путями, в разное время народы, населяющие Евразию, главным образом народы, проживающие в ее западноевропейской части, проникали в другие регионы мира и господствовали там, в то время как отдельные евразийские государства добивались особого статуса и пользовались привилегиями ведущих мировых держав. Последнее десятилетие XX века было отмечено текто-

ническим сдвигом в мировых делах. Впервые в истории неевразийская держава стала не только главным арбитром в отношениях между евразийскими государствами, но и самой могущественной державой в мире. Поражение и развал Советского Союза стали финальным аккордом в быстром вознесении на пьедестал державы Западного полушария — Соединенных Штатов — в качестве единственной и действительно первой подинно глобальной державы. Евразия, тем не менее, сохраняет свое геополитическое значение. Не только ее западная часть — Европа — по-прежнему место сосредоточения значительной части мировой политической и экономической мощи, но и ее восточная часть — Азия — в последнее время стала жизненно важным центром экономического развития и растущего политического влияния. Соответственно вопрос о том, каким образом имеющая глобальные интересы Америка должна справляться со сложными отношениями между евразийскими державами и особенно сможет ли она предотвратить появление на международной арене доминирующей и антагонистичной евразийской державы, остается центральным в плане способности Америки осуществлять свое мировое господство. З. Бжезинский представляет Евразию как «шахматную доску», на которой продолжается борьба за мировое господство, и такая борьба затрагивает геостратегию — стратегическое управление геополитическими интересами. По его мнению, окончательная цель американской политики должна быть доброй и высокой: создать действительно готовое к сотрудничеству мировое сообщество в соответствии с долговременными тенденциями и фундаментальными интересами человечества. Однако в то же время жизненно важно, чтобы на политической арене не возник соперник, способный господствовать в Евразии и, следовательно, бросающий вызов Америке. Поэтому З. Бжезинский ставит цель формулирование всеобъемлющей и последовательной евразийской геостратегии. Масштабы и влияние Соединенных Штатов Америки как мировой державы сегодня уникальны. Они не только контролируют все мировые океаны и моря, но и создали убедительные военные возможности для берегового контроля силами морского десанта, что позволяет им осуществлять свою власть на суше с большими политическими последствиями. Их военные легионы надежно закрепились на западных и восточных окраинах Евразии. Кроме того, они контролируют Персидский залив. Американские вассалы и зависимые государства, отдельные из которых стремятся к установлению еще более прочных официальных связей с Вашингтоном, распространились по всему Евразийскому континенту. Хотя американское превосходство в международном масштабе неизбежно вызывает представление о сходстве с прежними имперскими системами, З. Бжезинский находит существенные расхождения. Они выходят за пределы вопроса о территориальных границах. Американская мощь проявляется через глобальную систему явно американского покроя, отражающую внутренний американский опыт. Центральное место в этом внутреннем опыте занимает плюралистический характер как американского общества, так и его политической системы. Прежние империи были созданы аристократическими политическими элитами и в большинстве случаев управлялись по сути авторитарными или абсолютистскими режимами. Основная часть населения имперских государств была либо политически индифферентна, либо заражена им-

перскими эмоциями и символами. Стремление к национальной славе, «бремя белого человека», «цивилизаторская миссия», не говоря уж о возможностях персонального обогащения, — все это служило для мобилизации поддержки имперских авантюр и сохранения иерархических имперских пирамид власти. Отношение американской общественности к внешней демонстрации американской силы было в значительной мере двойственным. Общественность поддерживала участие Америки во второй мировой войне в основном по причине шока, вызванного нападением Японии на Перл-Харбор. Участие Соединенных Штатов в холодной войне первоначально, до блокады Берлина и последующей войны в Корее, поддерживалось очень вяло. После окончания холодной войны статус Соединенных Штатов как единственной глобальной силы не вызвал широкого торжества общественности, а скорее выявил тенденцию к более ограниченному толкованию американских задач за рубежом. В силу этих внутренних факторов американская глобальная система уделяет гораздо больше особого внимания методам кооптации, чем это делали прежние имперские системы. Она, вероятно, широко полагается на косвенное использование влияния на зависимые иностранные элиты, одновременно извлекая значительную выгоду из притягательности своих демократических принципов и институтов. Все вышеупомянутое подкрепляется широким, но неосязаемым влиянием американского господства в области глобальных коммуникаций, народных развлечений и массовой культуры, а также потенциально весьма ощутимым влиянием американского технологического превосходства и глобального военного присутствия. Культурное превосходство, по З. Бжезинскому, является недооцененным аспектом американской глобальной мощи. Американская массовая культура излучает магнитное притяжение, особенно для молодежи во всем мире. Американские телевизионные программы и фильмы занимают почти три четверти мирового рынка. Американская популярная музыка также занимает господствующее положение, и увлечениям американцев, привычкам в еде и даже одежде все больше подражают во всем мире. Язык интернет — английский, и подавляющая часть глобальной компьютерной «болтовни» — также из Америки и влияет на содержание глобальных разговоров. Наконец, Америка превратилась в Мекку для тех, кто стремится получить современное образование; приблизительно полмиллиона иностранных студентов стекаются в Соединенные Штаты, причем многие из самых способных так и не возвращаются домой. Выпускников американских университетов можно найти почти в каждом правительстве на каждом континенте. Стиль многих зарубежных демократических политиков все больше походит на американский. Демократические идеалы, связанные с американскими политическими традициями, еще больше укрепляют то, что некоторые воспринимают как американский «культурный империализм». В век самого широкого распространения демократических форм правления американский политический опыт все больше служит стандартом для подражания. Распространяющийся во всем мире акцент на центральное положение написанной конституции и на главенство закона над политической беспринципностью, неважно насколько преуменьшенное на практике, использует силу американского конституционного образа правления. В последнее время на



признание бывшими коммунистическими странами главенства гражданских над военными (особенно как предварительное условие для членства в НАТО) также оказывала сильное влияние американская система отношений между гражданскими и военными. Популярность и влияние демократической американской политической системы также сопровождаются ростом привлекательности американской предпринимательской экономической модели, которая уделяет особое внимание мировой свободной торговле и беспрепятственной конкуренции. По мере того, как западное государство всеобщего благосостояния, включая его германский акцент на «право участия в решении вопросов» между предпринимателями и профсоюзами, начинает терять свой экономический динамизм, все больше европейцев высказывают мнение о том, что необходимо последовать примеру более конкурентоспособной и даже жестокой американской экономической культуры, если не хотят, чтобы Европа откатилась еще больше назад. Американский акцент на политическую демократию и экономическое развитие, таким образом, сочетает простое идеологическое откровение, применимое во многих случаях: стремление к личному успеху укрепляет свободу, создавая богатство. Конечная смесь идеализма и эгоизма является сильной комбинацией. Поскольку подражание американскому пути развития постепенно пронизывает весь мир, это создает более благоприятные условия для установления косвенной и на вид консенсуальной американской гегемонии. Как и в случае с внутренней американской системой, эта гегемония влечет за собой комплексную структуру взаимозависимых институтов и процедур, предназначенных для выработки консенсуса и незаметной асимметрии в сфере власти и влияния. Американское глобальное превосходство подкрепляется сложной системой союзов и коалиций, которая буквально опутывает весь мир. Кроме того, следует считать частью американской системы глобальную сеть специализированных организаций, особенно «международные» финансовые институты. Международный валютный фонд и Всемирный банк, можно сказать, представляют глобальные интересы, и их клиентами можно назвать весь мир. В действительности, однако, в них доминируют американцы, и в их создании прослеживаются американские инициативы, в частности на конференции в Бреттон-Вудсе в 1944 году. В отличие от прежних империй, эта обширная и сложная глобальная система не является иерархической пирамидой. Напротив, Америка стоит в центре взаимозависимой вселенной, такой, в которой власть осуществляется через постоянное маневрирование, диалог, диффузию и стремление к формальному консенсусу, хотя эта власть происходит в конце концов из единого источника, а именно: Вашингтон, округ Колумбия. Американское превосходство, таким образом, породило новый международный порядок, который не только копирует, но и воспроизводит за рубежом многие черты американской системы. Ее основные моменты включают: систему коллективной безопасности, в том числе объединенное командование и вооруженные силы, например НАТО, Американско-японский договор о безопасности и т.д.; региональное экономическое сотрудничество, например АРЕС, НАРТА (Североамериканское соглашение о свободной торговле), и специализированные глобальные организации сотрудничества, например Всемирный банк,

МВФ, ВТО; процедуры, которые уделяют особое внимание совместному принятию решений, даже при доминировании Соединенных Штатов; предпочтение демократическому членству в ключевых союзах; рудиментарную глобальную конституционную и юридическую структуру (от Международного Суда до специального трибунала по рассмотрению военных преступлений в Боснии). Большая часть этой системы возникла в период холодной войны как часть усилий Соединенных Штатов, направленных на сдерживание своего глобального соперника — Советского Союза. Таким образом, З. Бжезинский изложил видение значительной части американского политикума на пути управления глобальным обществом с целью сохранить лидерство своей страны.

Х. Шрадер считал, что благодаря глобализации национальная идентичность и внутренняя мораль теряют свое значение. Наряду с гомогенизацией последствиями глобализации являются также локализация и фрагментация. Эти три процесса подрывают монополию государства на насилие. Он также доказывал, что переход монополии на власть от национального государства к международным организациям маловероятен. Пессимистическим следствием утраты легитимности господства национального государства без соответствующего переноса легитимности на наднациональный уровень является возможное усиление внутри- и внегосударственного насилия. Оптимистический вариант состоит в том, что в процессе формирования сети коммуникаций восстанавливается прежнее основание нарушенных, регламентированных государством социальных отношений. Персонифицированные системы связей в качестве «моральных экономик» структурируют, таким образом, социальный и хозяйственный мир [Шрадер Х., 1999].

Этические проблемы глобализации рассматривал А.В. Назарчук. Он отмечал, что термин «глобальные угрозы» все более прочно входит в повседневный и научный язык [Назарчук А.В., 2002: 5, и далее]. Под глобальными угрозами имеются в виду и угроза существованию биосферы Земли вследствие экологического кризиса, и угроза человеческой идентичности вследствие развития биотехнологий и экспериментов с человеческим геномом, и угроза терроризма и т.д. В более узком социально-политическом смысле глобальные угрозы связаны с процессами глобализации экономического, социально-культурного и политического характера. Глобализация представляет собой более тесное сближение и взаимодействие различных частей целостного мира, имеющих различные культурные установки и находящихся на различных ступенях развития. Во всех случаях глобальные угрозы исходят не только от того, что целостность мира обозначилась яснее, чем прежде, но и от того, что проявились пределы развития экосистемы, что целостность планеты и всего человечества оказались под угрозой. Человечество пережило за несколько последних столетий существенную социально-культурную мутацию, заставляющую говорить о «смерти» человека природы и рождении «человека культуры». Человек обеспечивает свое существование не столько путем прямого потребления природных ресурсов, сколько путем их культурной переработки. Он все менее зависит от реальностей природы, и все более — от социальной и технологической ситуации культуры. Прежняя культурная ситуация, характеризующаяся балансом репродуктивных потребностей и культурно-

продуктивной активности человечества, сменяется ситуацией, когда культурно-производительная деятельность далеко опережает репродуктивную потребность. В качестве «избытка» создается новый мир, новая оболочка культуры, не имеющая аналогов в природе и истории. Соответственно, традиционные формы и механизмы жизни, которые тысячами поддерживали «симбиоз» и были ответственны за самосохранение человечества, или перестают действовать или даже становятся препятствием на пути самосохранения. Феномен роста сопровождается «эффектом домино», когда адаптация одних параметров к изменению других влечет за собой цепочку изменений в других подсистемах социума. Чувство глобальной угрозы существованию, которое охватило человечество, связано с тем, что существует реальный риск его выживанию: никто не может сказать, способно ли человечество поставить под контроль те силы развития, которые оно вызвало к жизни, или оно уже находится в руках иррациональной «логики вещей». Совокупность изменений социума, объединяемых понятием «глобализация», — одно из проявлений указанной исторической мутации. Тем не менее, похоже, что именно понятие глобализации наиболее адекватно передает суть перемен, совершающихся на данном этапе. Несмотря на это, считает А.В. Назарчук, нельзя сказать, что были предприняты серьезные усилия по сколько-нибудь адекватному философскому осмыслению понятия глобализации — ни в российской, ни в зарубежной литературе. А без философского осмысления феномена глобализации нельзя сделать обоснованного вывода о шансах и угрозах, проистекающих из современного состояния социума. Если до сих пор происходящая мутация вызывала опасные, но локальные и потому контролируемые кризисы, — к ним можно причислить политические революции, разрушительные мировые войны прошедшего столетия, раскол мира в «борьбе систем», — то глобализация обозначает новый — уже не локальный — масштаб проблем, равно как и новые шансы. Она предоставляет отсутствовавшую прежде возможность комплексного реагирования в ответ на частичные изменения системы. Роковой вопрос прогресса — ведет ли он к увеличению или уменьшению управляемости мира — в этом случае может иметь как положительный, так и отрицательный ответ. Ответ на него можно найти, обращаясь к механизмам управления, контроля человечества над этими процессами. Говоря о механизмах контроля, мы обращаемся в первую очередь к морали, праву и политике как основным сферам саморегуляции социума. Если политика и отчасти право указывают на оперативные возможности управления исторической ситуацией, то этика несет в себе фундаментальные основания последних. Помимо множества эмпирических наблюдений относительно процессов глобализации и их политических оценок, сформировалось несколько методологических подходов систематического изучения глобализации. Каждый из них восходит к определенному философскому видению сущности этих процессов. 1. Эпоха глобального экономического роста. Первый из подходов определяет результат нового качества экономических отношений в мире. Это в целом оптимистическое видение вещей опирается на позитивную оценку происходящих изменений и представлено рядом ведущих ученых и политиков: Р. Дарендорфом, Ф. Нушелером, О. Лафонтеном, Б. Клинтонем, Б. Гейтсом и др. Глобализация, согласно

этой точке зрения, есть интенсификация экономического развития, позитивно воздействующая на все прочие сферы общества. Новой оказалась тенденция к сжиманию и концентрации времени и пространства, действующую как революционизирующий экономику фактор производительности. Иначе говоря, глобализация есть новый уровень процветания. Ключевыми для понимания глобализации с этой точки зрения видятся конструктивные качественные изменения в смысле научно-технического прогресса, укрепления демократии во всем мире, повышения благосостояния людей и их культурного уровня и т.д. Глобализация дает возможность ликвидировать казавшиеся прежде непреодолимыми проблемы человечества: сократить количество международных конфликтов, включить в процесс технологического развития развивающиеся страны, победить бедность. Глобализация дает шансы, о которых человечество прежде не могло мечтать. Благодаря ней жизнь человечества в целом становится более управляемой и гармоничной. Проблемы же, которые она несет, будут устранены с ее же помощью благодаря разумной социальной инженерии, т.е. активного воздействия на рамочный порядок общества. А.В. Назарчук резюмирует, что уже из изложения этих тезисов очевидны как чрезмерно оптимистическая оценка, так и односторонний подход к анализу процессов глобализации. Хотя экономика является мотором глобализационных процессов, из ее перспективы никак нельзя оценить всех последствий, инициированных ею в других подсистемах общества. Ограничен и теоретический потенциал этих концепций, исходящих, как правило, из панэкономических установок неолиберализма. Другие подходы отмечены скорее беспокойством, чем оптимизмом. 2. Эпоха глобального мультикультурного общества. С позиций другого подхода, глобализация представляет собой особое качество межкультурных и геополитических отношений. Она означает новый этап истории, сменивший порядок фрагментации колониальных держав в довоенное время и эпоху мирового противостояния во времена холодной войны. Новые проблемы, которые она несет, не проще, чем прежде. Глобализация стирает культурные границы, которые устанавливались тысячелетиями. Глобализация разрушает идентичность, которая будет восстановлена другим путем. Ярким представителем этой линии анализа является С. Хантингтон. Глобализация означает для него, главным образом, рост конфликтности в мире: мир становится ареной конфликтов более мелких систем — культурно-этнических цивилизаций. Экономическое развитие в ходе глобализации изменяет геополитическую карту, что чревато множеством новых конфликтов, главный из которых лежит на границе между западной и незападной цивилизациями. Большое значение придается в этом подходе проблемам распределения ресурсов в условиях их недостатка, проблемам передела власти и т.д. Множество приверженцев этого направления концентрируются на анализе возникших геополитических конфигураций: однополюсного мира, геополитического треугольника, многополюсного мирового порядка и т.д. Спор идет во многом относительно того, будет ли новый порядок конфликтным или мирным. Понятия цивилизационного конфликта и нового политического порядка являются здесь доминирующими. Очевидно, пишет А.В. Назарчук, что этот подход, внимательно отслеживающий реальные последствия глоба-

лизации, мало рефлектирует над ее источниками. Представители этого направления — и это относится не только к С. Хантингтону — опираются на традиционный категориальный аппарат, что сильно обедняет прогностические возможности их концепций. Очевидно, что этот подход также страдает односторонностью и несет отчетливо консервативный оттенок. 3. Глобализация как системная трансформация социума. С точки зрения третьего подхода глобализация является разрушением традиционного системно-политического порядка, базирующегося на принципах государственного суверенитета и национально-культурной интеграции. Представителей этого направления более всего беспокоит стремительное ослабление традиционных инструментов политического управления и возникающий отсюда вакуум власти. В результате мир начинает развиваться сам по себе, «ускользая» от попыток его разумно упорядочить и направить. Так, популярный в Германии социолог У. Бек в рамках своей концепции «общества риска» характеризует глобализацию как процесс деполитизации и дерегулирования обществ. Власть в новых условиях разрушения традиционного политического пространства получают совершенно новые исторические актеры, такие как транснациональные корпорации, международные и неправительственные организации, интересы и действия которых очень часто не могут быть поставлены под общественный контроль. Уходят в небытие основные достижения западной цивилизации — «социальное государство», «общество благосостояния», на основе которых достигнута консолидация обществ первого мира. Очевидно, что представители данного направления наиболее чутко реагируют на изменения в политической области. Глобализация ассоциируется у них с новыми угрозами, такими как экологический кризис, проблема третьего мира и т.д. В рамках этого подхода, представленного весьма авторитетными учеными, предмет наибольшего интереса составляет определение и установление «границ глобализации», вне которых глобализация может стать саморазрушением человечества. Они ищут «пределы роста», в рамках которых глобализация несет конструктивный характер и позитивный потенциал. Впрочем, доминирующей темой в кругу этих идей являются деструктивные процессы глобализации и возможности политического воздействия на этот ход. 4. Глобализация как разрушение культур и традиций. С позиций четвертого подхода глобализация видится в крайне негативном свете. Это точка зрения решительных противников глобализации. Она в особенности присуща представителям наиболее фундаменталистски и экстремистски настроенных кругов. Но недооценивать ее нельзя, учитывая что антиглобалистское движение питается преимущественно из этого источника. Эта позиция успешно доводится до общего сведения с помощью свойственных этим силам экстремистских методов. В основании такой позиции лежит архаическая идентификация культурной традиции и религиозно-космического порядка. В процессах глобализации видится никак не меньше, чем рука разрушителя божественного устройства. Перераспределение сил и ресурсов в мире, встреча с чужими культурами воспринимается как результат заговора мировой закулисы, как прямое пришествие в мир сил зла. Соответственно, для борьбы с ними позволены все средства, включая террористические. Важно иметь в виду, что наступление глобализации рисуется

в апокалипсических тонах не только маргиналам-террористам, но и самым широким слоям населения различных, в том числе цивилизованных, стран, тем, кого глобализация задевает своими разрушительными последствиями и кто воспринимает ее как неведомую, но легко — вплоть до персоналий — идентифицируемую силу. Явления, обозначаемые как информационная и коммуникационная революция, стали основой для целого ряда социально-теоретических концепций общества, заставляя переосмыслить отношение к таким фундаментальным понятиям, как пространство, время, действие и т.д.

1. Пространство и время. Исходный пункт, относительно которого наблюдается наибольшее согласие в дискуссии о сущности глобализации, был высказан Д. Харвеем еще в самом начале этой дискуссии. Он характеризует глобализацию как процесс сжатия (компрессии) временных и пространственных дистанций. Действительно, расстояния, для преодоления которых конвенциональными средствами передвижения требовались недели-месяцы-годы, сегодня преодолеваются за часы. Это означает, что для определенных видов действия, например, индивидуальной языковой коммуникации категория пространства как среды этого действия во многих случаях просто исчезает (становится совершенно все равно, где находится партнер — в соседней квартире или на противоположном краю земли). Средства мгновенных почты-телефона-факса-интернета в сочетании с новыми институциональными условиями (например, телекоммуникационной, компьютерной, банковской и т.д. сетями по всему миру) делают возможными почти мгновенное перемещение информации и денежных ресурсов независимо от расстояний. Этому же способствуют увеличение скоростей средств транспорта и развитие конвенциональных транспортных сетей. «Сжатие времени» является обратной стороной сжатия пространства. Сокращается время, которое требовалось для совершения сложных пространственных действий. Соответственно, каждая единица времени уплотняется, наполняется количеством деятельности, многократно превышающим то, которое можно было совершить когда-либо прежде. Когда время становится решающим условием совершения множества других событий, следующих за определенным действием, ценность времени значительно возрастает.

2. Глобальные комплексные действия и их менеджмент. Сказанное позволяет понять, что пространство и время сжимаются не сами по себе, а в рамках комплексных — пространственным и временным образом разведенных — действий. Суть инноваций заключается в возможности эффективного менеджмента пространства и времени в глобальном масштабе: объединения массы событий в разное время и на разных участках земли в единый цикл. В этой согласованной цепочке событий, перемещений, транзакций каждый отдельный элемент приобретает значение для возможности целого. Тем самым, степень дифференциации в системе разделения труда, которая со времен Адама Смита остается ключевым фактором промышленной революции Нового времени, выходит на новый уровень. Глобальная система разделения труда позволяет включать в единый производственный процесс достоинства удаленных мест конкуренции: например, сочетать интеллектуальный потенциал высокоразвитых стран с дешевой рабочей силой развивающихся стран. Решающим становится сам менеджерский замысел и управление, кото-

рое порождает эти сложные цепочки. Концепция «общества менеджеров» в эпоху глобализации не теряет, а лишь упрочивает свое значение. Функция менеджмента в организации пространственно-временной структуры деятельности заключается не просто в волевом импульсе для комплексного действия. Он снабжает агентов интеракции информацией о содержании конкретных действий в определенное пространство-время. Основания того, зачем и как организовывать пространство-время в комплексных действиях, актеры получают в качестве информации. Власть меритократии, о которой много писал Д. Белл, становится еще более тотальной, чем прежде. В эпоху глобализации требуются куда более значительные массивы информации и знаний, чем прежде, которые бы соответствовали повышению степени сложности действий. Этот обмен информации совершается в ходе коммуникации, в которую актеры вступают по ходу совершения действий. Требование полноты информации для успешной координации деятельности дополняется требованием полноты и оперативности коммуникации. Описанная структура комплексных действий (интеракций) не является чем-то специфичным для глобализации. Но именно в условиях глобализации комплексные интеракции преодолевают локальные рамки и приобретают планетарный характер. Благодаря интенсивности коммуникации и темпам обмена информацией становятся возможными действия, охватывающие весь земной шар и делящиеся круглые сутки, включая в себя бесчисленное множество элементарных акций и отдельных актеров. Сама жизнь мирового сообщества характеризуется отныне тем, что ее пронизывают глобальные акции, она обретает глобальное время и глобальную размерность. Глобализация дала новую перспективу, которая, подобно релятивистской теории относительности, позволила установить, что на земле существует много времен и много пространств. Но, научив сравнивать, она одновременно создала глобальный масштаб, который позволяет сопоставлять эти времена и пространства. Для тех, кто улавливает этот масштаб, размерность событий становится принципиально иной, и именно это создает для них преимущества, которыми не обладают другие, меняя общую конкурентную ситуацию. Эта размерность существенно приближает конституцию реального коммуникационного общества к апелевскому конструкту неограниченного коммуникативного сообщества.

3. Информационно-коммуникационная революция. Мир, в котором интенсивность информации и коммуникации преодолевают некую количественную границу, приобретает новое качество. Этот эффект, благодаря которому информация и коммуникация в определенном смысле приобретают самостоятельную жизнь и доминантную для социума роль, можно определить как виртуальную революцию. Ее главная особенность заключается в том, что информация и коммуникация уже не только отражают события предметного мира, но и создают эти события. В результате виртуальной революции информационно-коммуникативная реальность в известной степени подчиняет себе предметную реальность — в том смысле, в каком газету создают новости и репортажи, а не бумага и текст. Информационно-коммуникационная революция имеет свое материальное выражение — переход к электронным носителям информации. При этом переходе совершается изменение физической основы процессов обмена

информацией: происходит переход от физики конечных скоростей к физике высоких скоростей, физике микрочастиц. Именно этот переход разрушает границы, в которые заключен традиционный информационно-коммуникационный процесс. В виртуальных действиях и взаимодействиях, опосредованных электронными средствами коммуникации, стираются представления о времени и пространстве, свойственные для макромира: исчезают различия величины пространства (преодоление информации сколь угодно больших пространств занимает считанные доли секунд) и последовательности времени (координируемый комплекс различных действий производится системно, одновременно, а не последовательно). Те неизоморфные отношения, которые характеризуют связь микро- и макромира (например, неприменимость категории каузальности к квантовому миру), характеризуют отныне в определенной степени взаимоотношения между информационно-коммуникативными и реальными событиями: первые обретают собственные логику и законы. Здесь, среди прочего, следует искать источники эффектов в отношении пространства-времени-интеракций, вызвавших к жизни глобализационные процессы. Вопросу о том, как стало возможным достижение изоморфности информационно-коммуникационных систем и систем микромира, А.В. Назарчук уделяет особое внимание. Информация связывается в теории информации с уровнем организации и энтропии систем. В человеческом измерении информация отождествляется с понятием «осмысленной информации», приобретающей форму знания в человеческом сознании. Когнитивное понятие информации подразумевается и в теории коммуникации и аргументации в трансцендентальной прагматике. Компьютерная революция не просто делает доступным объем информации на новом уровне, но в каком-то смысле отменяет прежние системы хранения и обработки информации, как библиотеки, и требует принципиально других форм жизни в этой информации. Новая цивилизация глобальна по самому количеству и характеру информационного обмена, в котором она существует. Если слово, на которое опирались прежние типы человеческой цивилизации, есть знак предметов и понятий, материи и пространства, то число — знак соотношений и времени. Отсюда — унификация и формализация интеллектуального мира в «цивилизации числа», способность к апонятийному познанию и воспроизведению мира. В новой рациональности «предметы и состояния» растворяются перед «соотношениями и процессами», перед информацией. Пространство и время обретают в сознании большую свободу от предметности (пример — современная архитектура и искусство): рушится онтология метафизики. Культура «перебирается» из залов и музеев в пространство средств электронной информации, где естественные (предметные) звук, цвет, текст заменяются их цифровыми аналогами. Культурный продукт становится в конечном счете всего лишь цифровой информацией и инструментами ее обработки. Этот культурный продукт уже трудом может помещаться в конвенциональных хранилищах: библиотеках, музеях. Но его объем без труда способен сохраняться в электронных хранилищах данных. Названные выше понятия — информационной, коммуникационной, виртуальной революций — позволяют А.В. Назарчуку концептуально связать глобализацию с инновационными факторами, посредством которых становится воз-



можной глобализация. Проблемы глобализации не могут рассматриваться в отдельности от процессов развития средств информации и коммуникации. Коммуникационные технологии имеют опосредованное отношение к этике, но их развитие кардинально меняет условия коммуникации и, таким образом, состояние реального коммуникативного сообщества. Эти изменения амбивалентны: создавая новые возможности, они подрывают пути традиционного решения проблем. Двойкий эффект происходящего А.В. Назарчук обобщает следующим образом:

новые средства информации и коммуникации помогают преодолеть многие из физических препятствий для коммуникации (удаленность, недостаток времени);	глобализация пространств разрушает «коммуникацию малых расстояний» — институты соседства, цельность местных общин;
они повышают возможности участников коммуникации довести до других и обосновать свою точку зрения, организовывать дискурсы и участвовать в дискурсах (увеличивают информационную емкость общества, снижают издержки обмена информацией);	новые средства коммуникации являются эффективным ресурсом власти и доминирования; обладание ими позволяет исключать из коммуникации неудобных (неинтересных) участников, темы, точки зрения;
они делают более прозрачными и даже в некоторых случаях снимают границы институтов и культур, продуцирующих конвенциональную мораль «субстанциональной нравственности»;	разрушение сложившихся сообществ ведет к дезинтеграции обществ, распаду сложившихся нормативных систем и, в конечном счете, к деградации личности;
они повышают степени свободы личности и предоставляют больше, чем прежде, предпосылок для укрепления постконвенциональной морали;	освобождение от традиций и конвенциональных норм повышает степени произвола и анархии, чревато эгоизмом и аморализмом личности.

Многое в концепциях информационного и коммуникационного общества работает в направлении принципа дополненности: сближает реальное коммуникативное сообщество с чертами идеального коммуникативного сообщества. Глобальная коммуникация служит укреплению консенсуально-коммуникативной рациональности. Но нельзя отрицать и того, что новые средства коммуникации с такой же легкостью могут инструментализоваться и служить стратегической рациональности, разрушать этические основы подлинной коммуникации. Причем, по мнению А.В. Назарчука, такое негативное развитие событий не только угроза, но во многих случаях свершившийся факт. Процессы глобализации принадлежат как раз к тому ряду явлений, развитие которых требует незамедлительного вмешательства и активного воздействия этического разума. Их ход должен быть направляем, исходя не из новых технологических открытий, а из этики ответственности. Глобализация порождает целый массив этических проблем, отражающих

различные грани проблемы международной справедливости в различных социальных сферах. Лишь на первый взгляд кажется, что экономика *quo generis* извлекает из глобализации выгоду. Процессы переструктурирования экономики, вызванные глобализацией, носят чрезвычайно болезненный характер. Вместе с глобализацией кардинально меняется ландшафт финансовых и международных рынков, рынков труда и капитала. Все это существенным образом меняет сложившийся характер взаимодействия институтов и структуру коммуникационных потоков, порождая множество проблем, воспринимаемых как социально-этические проблемы.

а) Глобализация производственных процессов. Одним из знаменательных следствий глобализации и стремительного роста финансовых рынков стало противопоставление «реального» и финансового секторов экономики. Изменения в реальном секторе экономики, вызванные глобализацией, не столь впечатляющи, как на финансовых рынках, но именно они задают фундамент экономических процессов.

б) Рост международной торговли. Торговля и, прежде всего, мировая торговля причисляются к факторам, значительно ускоряющим экономический рост и благосостояние наций. Благодаря глобализации в международной торговле становится возможным более активное использование сравнительных ценовых преимуществ стран (Д. Рикардо) и углубление межнационального разделения труда. Свежий опыт демонстрирует, что экономики развивающихся стран (Китай, Малайзия и т.д.), ориентированные на экспорт, развиваются интенсивнее, чем экономики тех стран, которые ориентированы на внутренний рынок (страны Латинской Америки и, главным образом, Африки). Глобализация ассоциируется в значительной степени с ростом объемов международной торговли: ее рост в последние десятилетия устойчиво превышает рост производства.

в) Перемещение капиталов. Если перемещение товаров (торговля) вместе с глобализацией лишь облегчается, то перемещение капиталов (прямые и портфельные инвестиции) приобретает качественно новый характер. Процессы, происходящие на финансовом рынке, составляют одну из важнейших сфер изменений, происходящих вследствие глобализации. Источником инноваций на финансовых рынках в современном обществе является виртуализация денег, обретение ими электронной формы. Если ценность денег первоначально определялась стоимостью заключенного в них драгоценного металла, то с развитием рынка денежная система переживает значительную трансформацию: приход бумажных денег влечет за собой эпоху центральных банков, которые производят их эмиссию и контролируют стабильность валюты. То, что в электронную эпоху деньги не просто порождают производные инструменты в виде ценных бумаг различного сорта, фьючерсов и опционов, но и приобретают виртуальную форму как чистая информация, биты — знаменует, по мнению Альтфатера, новый этап их эволюции.

г) Изменения на рынке труда. Не менее серьезной проблемой, чем нестабильность финансовых рынков, является проблема занятости. Специфика соотношения труда и капитала в процессах глобализации возникает вследствие того, что мобильность труда значительно уступает мобильности капитала, и в этом разрыве экономисты видят серьезный источник рисков. Но наибольшую обеспокоенность западных экономистов вызывает вымывание рабочих мест в

страны третьего мира. Хотя эта величина все еще незначительна, она достаточна для того, чтобы спровоцировать глубокие структурные изменения на рынке труда. Вместе с глобализацией экономики начала меняться вся констелляция ценностей, востребованная политикой. Развитие делиберативной политики повышает статус деятельности гражданского общества и понижает авторитет волевых решений государственной власти. Обостряющаяся конкуренция между нациями перекладывает основное внимание обществ на область экономического соревнования, которая задает сами критерии конкуренции. Экономическая рациональность начинает доминировать над политической. Политика не создает материальные ценности и экономический рост, а может лишь его стимулировать. Вместе с либерализацией мышления начинают гораздо острее осознаваться препятствия, которые бюрократический аппарат традиционно воздвигает на пути экономического роста. Политика по своей природе мыслит в категориях перераспределения национального продукта, а не его создания. В новой цивилизационной ситуации кризис ценностей испытывают не только постсоциалистические страны, в которых политическое сознание прежде принципиально доминировало в целях сдерживания экономического, но и «социальные страны», в которых «социальность» рассматривалась как функция капиталистической экономики. Кризис политического в его традиционном понимании наиболее ярко выразился в ослаблении государственного суверенитета, что можно рассматривать как основной эффект глобализации в политике. Этому есть несколько причин: 1. Появление на политической сцене новых мощных политических субъектов, таких как ТНК и неправительственные организации, международные организации и международный капитал, вынуждает потесниться традиционных субъектов политики. 2. Глобализация ведет к заметному укреплению основ международного права, что также имеет эффектом частичную утрату правового суверенитета государств на своей территории. 3. Территориальный фактор в человеческих интеракциях, который лежит в основе суверенитета государства, утрачивает вследствие глобализации свое традиционное значение, и, соответственно, вместе с этим подтачивается значение государственной власти. 4. Происходящая фактуализация социума в мировом масштабе укрепляет иные по отношению к национальности и гражданству типы идентификации и консолидации населения. Глобализация, действительно, в значительной степени меняет характер представлений о государстве и его значение как социального института. Мыслить в категориях планетарной этики ответственности означает иметь в виду цели и проблемы, которые трансцендируют пределы компетенции и ответственности национальных государств. Новая ситуация характеризуется тем, что проблема безопасности не является больше исключительной проблемой национальных государств, проблема рационального распределения и расходования земных ресурсов выходит за пределы их компетенции. Вместе с тем, государство остается основным субъектом, который способен принимать на себя политическую ответственность и действовать согласно ей. Государство, по мнению А.В. Назарчука, есть и будет оставаться институтом, который обладает монополией на легитимное насилие и способен осуществлять реальные меры по обеспечению безопасности своих граждан. С этой

точки зрения очевиден ущерб, который приносит авторитету государства глобализация, сокращая арсеналы его реагирования. Преступность и терроризм, принимая международный масштаб, становятся для отдельного государства почти неуязвимыми. Следуя задаваемым правилам игры, государства начинают соревноваться за улучшение конкурентных условий на местах, сокращают налоговое бремя, социальные расходы, бюрократический аппарат. В новом мировом политическом порядке — теме, ключевой для дискуссий о глобализации, — страны все более осознают себя частями единой конфедерации. Конфедерация как форма не отменяет политического суверенитета государств, но создает для них общее правовое пространство и предпосылки для более эффективной кооперации и мирного сосуществования. С эффективностью Global Governance, олицетворенного в международных организациях, таких как ООН, ВТО, МВФ, ВБ, ЮНЕСКО и т.д., связываются шансы «кооперативного развития» государств планеты. Нельзя отрицать, что многие оппоненты — в вопросах о всемирном сверх-государстве, однополюсности мира, гуманитарной интервенции и пр. — имеют основания оспаривать блага Global Governance. Речь в этих вопросах идет непосредственно о характере институционализации глобального коммуникативного сообщества и воплощении принципа международной справедливости в новом политическом порядке. Очевидно, что глобализация серьезно изменит не только ландшафт мировой экономики и политики, но и качество жизни человеческого сообщества. Под понятием глобализации скрываются серьезные техно- и культурогенные факторы, потенциал которых только начинает раскрываться. Все это несет с собой как новые шансы, так и новые угрозы человеческому существованию, о которых сегодня много говорят, но которые пока с трудом поддаются глубокому философскому осмыслению. Глобализация отмечена, в первую очередь, углублением экономической кооперации и интеграции. Шансы интеграции в международную торговлю и международный рынок труда, привлечения инвестиций повышаются и у развивающихся стран. Основными выигравшими оказываются, однако, компании стран первого мира. Переструктурирование экономического ландшафта происходит в настоящее время однозначно в пользу транснациональных корпораций, глобальных игроков (global players). Несмотря на то, что экономические отношения обладают богатым дискурсивным потенциалом, в экономической рациональности с наибольшей силой проявляются начала эгоистически-стратегической рациональности, которые требуют опосредования этическими принципами и активно действующим политическим разумом.

Не менее впечатляющи изменения в политической сфере, где формируется новый глобальный мировой порядок. Он отмечен девальвацией таких классических понятий, как государственный суверенитет, демократическая легитимность. В то же время глобализация способствует укреплению начал международного права, проникновению в национальные культуры универсальных ценностей, таких как права человека, выдвигению на первый план институтов гражданского общества, неправительственных организаций. Наконец, подобное можно сказать и о сфере культуры. В культуре глобализация проявляется в унифика-

ции культурных стандартов, подтачивании основания национальных традиций, утрате культурной идентичности. Глобализация делает более доступными блага культуры на разных континентах, но ее возможности, служат, опять-таки, на пользу медиа-корпорациям развитых стран. В сфере культуры Апель формулирует безусловное «право нации на собственную культуру», которое должно сочетаться с универсальной основой культурных ценностей, соблюдением прав человека. В ходе глобализации должна происходить дальнейшая рационализация жизненных миров, которые не должны подрываться развивающимися в ходе глобализации техногенными формами системной рациональности. Таким образом, делает вывод А.В. Назарчук, глобализационные процессы могут служить улучшению и гармонизации условий человеческого существования. Но только в том случае, если человечество найдет в себе силы сделать выбор в пользу этического разума, формирования планетарной макрорэтики ответственности.

Определенное внимание взаимоотношению понятий «глобализация» и «общество» уделил Н. Луман. Он поставил вопрос — не придется ли нам в связи с появлением глобальной мировой системы изменить традиционное политическое значение понятия «общество»? По его мнению, современное общество в настоящее время находится в фазе «турбулентной эволюции» без предсказуемых результатов. При этом наилучшим из возможных сценариев является путь развития, когда общество предстоящего столетия примет «метакод включения/исключения», когда некоторые люди будут личностями, а другие — только индивидами, что одна часть населения будет включена в функциональные системы общества, а другая — исключена. Таким образом, возможно такое развитие глобального общества, когда завершаться два вида интеграции — негативная интеграция исключения и позитивная интеграция включения. Причем, в некоторых формах гетто в больших городах уже сейчас можно наблюдать это состояние и можно ожидать, что демографическое состояние и миграция будут питать этот вид дифференциации даже в Европе [Луман Н., 1998: 96, 106-107; по Ачкасова В.А., Чугунов А.В., 2001: 17-20].

Многие исследователи (напр., О.В. Ваганова [Ваганова О.В., 2003]) обращают внимание на противоречивый характер влияния глобализации. С одной стороны, она содействует обмену информацией, взаимопониманию, препятствует войнам, с другой, несет с собой культурный империализм, экономическую зависимость, неравенство. Особенно усложняется жизнь местных элит слаборазвитых стран, которые уже не могут принимать решения без оглядки на международное сообщество.

Часть исследователей, например, Д. Родрик, прогнозировали эффекты глобализации, которые могут привести к новому перераспределению мира, глобальному расслоению на информационно богатые и информационно бедные континенты, регионы, страны и общности, ставится под вопрос сохранение национальных культурных ценностей и лингвистического разнообразия, безопасность международных экономических отношений, борьба с компьютерной преступностью, информационным терроризмом [Rodrick D., 1997: 35, 106-107; по Флор О.М., 2004: 21].

Среди скептиков глобализации особенно выделяется течение антиглобалистов. Их основные претензии таковы: 1) процесс глобализации — это новая форма империализма, которая эксплуатирует не только рабочих, но и развивающиеся страны, этнические меньшинства и природу в целом; 2) деструктивная деятельность Всемирной торговой организации, Международного валютного фонда, Всемирного банка приводит к углублению пропасти между бедными и богатыми странами; 3) капиталистическая элита через международные финансовые организации, транснациональные корпорации и другие различные организации получила власть над государствами, а координацию своей деятельности проводит на международных конференциях; 4) американизация приводит к уничтожению национальной самобытности народов, культурных традиций, местных экономик и государственных институций в целом; 5) научные исследования и эксперименты в области генной инженерии, исследовании животных, ядерных технологий угрожают всему человечеству и могут привести к уничтожению человека как вида [Удовик С.А., 2002: 317-319].

Краткий оксфордский политический словарь определяет антиглобализацию как широкий термин, характерный для движений протеста и объединенный таким общим элементом, как сопротивление глобализации. Антиглобализация объединяет движения, занимающиеся такими вопросами как улучшение условий труда (в частности, запрет детского и рабского труда), защита окружающей среды, биобезопасность, права животных, социальная справедливость, развитие и долги стран третьего мира, политическое угнетение [Короткий..., 2005: 33].

Среди негативных последствий глобализации называют также рост социокультурного отчуждения, в частности утрату национальной идентичности, смысла жизни, распространение потребительства, особенно среди молодежи [Льовкина О.Г., 2003: 1, и далее]. На субъективном уровне такое отчуждение определяется не как противоречие между человеком и внешней реальностью, а как отсутствие противоречия, гомогенизация системы и, как следствие, обезличивание субъекта. Распространение отчужденных форм жизнедеятельности происходит благодаря влиянию массовой культуры через тотальность массовой коммуникации. Негативные последствия экономической интеграции (криминализация хозяйственной деятельности, маргинализация слабых стран, экономико-политический диктат) также ведут к межнациональному, технологическому, трудовому отчуждению.

Украинский ученый Т.Я. Лыльо делает вывод, что глобализация не является идеологически нейтральным процессом и, как правило, содействует распространению ценностей массовой культуры, что может привести к гомогенизации национальных реальностей. Он считает, что плюрализация глобального информационного пространства по полинациональному принципу сделала бы возможны согласование условий коммуникационного процесса с правом народов распространять информацию о себе без посредников, а также выход за пределы информационно унифицированного мира. По его мнению, агрессивная глобализация усложняет демократизацию посткоммунистического общества, так как она усиливает гипердемократизм и ослабляет национальные государства. А конструктивность глобализации зависит от того, призна-

ют ли ее идеологи, что де-факто каждая культура содействует прогрессу человечества [Лильо Т.Я. b, 2001]. Таким образом, идеи, изложенные в свое время в докладе Ш.МакБрайда продолжают дискутироваться, правда, без особой надежды на успех.

Обращается также внимание на то, что в условиях глобализации количество экономически отсталых стран увеличивается, а принятие ими решений остается зависимым; недемократические страны пребывают под тоталитарным контролем богатых элит; бедные в таких общественных системах являются катализатором конфликтности, способной выходить за пределы национальных границ и затрагивать стабильные системы; существует прямая связь между демократичностью общественных отношений и уровнем экономического развития; демократия в отсталых странах не способна к самопроизводству; ставка власти на перераспределение социальных богатств ведет к снижению самостоятельности граждан и замораживанию отсталости [Абдульдин Бассам Саїд, 2001: 1].

Ряд проблем глобализации отмечает Л.Г. Егорова. Создание межнациональных институтов не ведет к созданию единой экономики. Скорее всего, имеет место доминирование развитых в экономическом отношении стран, а не взаимозависимость (Э. Валлерстайн). Кроме того, глобализация вызывает не только прирост, но и бедность. Экономики развитых стран инвестируют друг друга, а не делятся своим капиталом с бедными странами. Между тем, глобализация уже наносит экономический удар по человечеству. По прогнозам, в XXI ст. для функционирования мировой экономики будет достаточно двадцати процентов населения. Пятой части всех ищущих работу хватит для производства товаров первой необходимости и предоставления всех дорогостоящих услуг, какие мировое сообщество сможет себе позволить. Эти двадцать процентов будут активно участвовать в жизни общества, зарабатывать и потреблять. Также американизация глобальных телекоммуникационных сетей создает угрозу автономии и жизнеспособности культур не только более слабых, зависимых обществ третьего мира, но и ряда передовых стран. По сути это и есть информационный империализм, скрывающийся за теорией свободного потока информации [Егорова Л.Г., 2002: 18-19; а также Лепский В.Е., 2002: 50; и др.].

Не случайно ряд ученых, в частности Нобелевский лауреат К. Лоренц прогнозируют гибель современной цивилизации. Выдвигаются следующие причины: ядерная энергия и оружие, перенаселение, опустошение окружающей среды, атрофия чувств, злоупотребление творческой энергией, генетический упадок, разрушение традиций и человеческая склонность к принятию навязываемых доктрин [Кей В., 1989: 94; по Яцимирська М., 2001: 485-486].

Таким образом, научный дискурс сегодня имеет в своем арсенале значительное количество теорий и сценариев развития человечества в условиях глобализации. Они варьируются от полного неприятия самого факта глобализации человечества до выводов о неизбежности и неотвратимости глобализационных изменений, от констатации достижений человечества вследствие его интеграции до апокалипсических прогнозов на будущее. В целом, большинство авторов сходятся на том, что человечество переживает новый этап в своем развитии, связанный,

прежде всего, с беспрецедентным ростом международной торговли. Экономические изменения детерминируют социальные, политические и культурные. Приспосабливание к новым реалиям проходит сложно. Ряд стран реализуют новые возможности как шанс для прорыва в клуб развитых, но многие утрачивают и те позиции, которые имеют. Изменения, которые происходят сегодня, являются серьезным испытанием для национальных культур, государств-наций в целом. Уже ясно, что государства-нации теряют многие атрибуты и полномочия, но неясно как далеко зайдет этот процесс. Решающую роль в глобализационном развитии играют новые информационно-коммуникационные технологии. Они сжимают пространство и время, позволяют соединять страны и континенты, способствуют появлению глобального человечества как единого целого.

## **5.2. Глобализация в экономике, политике, культуре, технологиях**

Глобализация происходит благодаря революционным изменениям в информационно-коммуникационных технологиях. Именно они сделали возможным быстрое и дешевое перемещение вне зависимости от расстояния. Экономика, особенно финансовые рынки, используя эти возможности, заставили весь мир почувствовать себя в новой эре. Пожалуй, трудно найти вид человеческой деятельности, которого не коснулись бы глобализационные изменения. Особенно противоречивой по оценкам последствий таких изменений является сфера культуры. Расцвет массовой и упадок национальных культур вызывает беспокойство людей во всем мире.

Противоречивыми оказываются последствия глобализации и в иных сферах, например, экономике. Р. Гилпин считает, что глобальная экономика стала уязвимой [Гілпін Р., 2004: 28, и далее]. Он считает типичным протест в международной системе против глобальной экономики, для которой характерны открытые рынки, неограниченное движение капитала и деятельность транснациональных компаний. Этот протест проявляется, как правило, под лозунгом защиты торговли. Р. Гилпин считает нарушителей спокойствия, т.е. страны, которые считают, что глобальная экономика несправедлива к ним или просто хотят получить дополнительную прибыль, постоянной угрозой стабильности капиталистической системы. Как и З. Бжезинский, Р. Гилпин видит источник стабильности системы международного капитализма в «сильном и мудром лидерстве». Нетрудно догадаться, какой стране отведена эта роль. Это лидерство должно содействовать международному сотрудничеству с целью установления и соблюдения правил, регламентирующих торговлю, иностранные инвестиции и международные валютные операции. Также лидер должен обеспечивать хотя бы минимальную защиту неудачникам, они должны хотя бы верить, что система действует справедливо. Мир переходит от четко разграниченной международной экономики времен холодной войны к все больше интегрированной глобальной капиталистической экономике. Р. Гилпин счи-



тает, что вследствие быстрой индустриализации 1980-1990-х гг. стран Восточной Азии, Латинской Америки, других регионов сместился центр глобальной экономической власти, что привело к созданию международной экономики с постоянно растущей конкуренцией. Новые технологии привели к переходу от экономики производства к экономике услуг. Все это было причиной громадного роста объемов международной торговли, финансовых потоков, деятельности транснациональных корпораций, т.е. глобализации. Но это не означает, что капитализм перешел к бескризисной фазе развития. В конце 90-х гг. мир потряс кризис, начавшийся в Таиланде. Глобализация проявилась в том, что пострадала экономика стран всех континентов, причем не только таких проблемных в том момент в экономическом отношении как Россия, но и стабильных, таких как Япония и США. Психологический эффект кризиса привел к тому, что инвесторы стремительно покинули рынки развивающихся стран, в том числе благополучных, таких как Бразилия. В начале XXI ст. открытость глобальной экономики, по мнению Р. Гилпина, оказалась под угрозой. Уязвимость международной финансовой системы подрывает стабильность глобальной экономики. При этом интеграции экономик все больше мешают региональные экономические соглашения, такие как Общий рынок, Североамериканское соглашение о свободной торговле и т.п. Они нарушают принцип открытости глобальной экономики. После окончания холодной войны были также серьезно подорваны политические основы международной экономики. Несмотря на то, что мир стал более интегрированным экономически и технологически, он остается фрагментированным политически. После исчезновения общей угрозы США, Западная Европа и Япония не чувствуют больше потребности в тесном политическом сотрудничестве и склоны отстаивать собственные интересы. Р. Гилпин придерживается мнения, что международная политика имеет большое влияние на характер и динамику международной экономики. Он считает, что рост беспокойства по поводу экономической глобализации и усиления конкуренции укрепили стремление к экономическому регионализму и протекционизму. Без политического фундамента, как считает Р. Гилпин, возможен упадок глобальной экономики. После Второй мировой войны был установлен определенный международный экономический порядок, который уже не существует, уступив место новому порядку, о нормах и руководящих принципах которого полное согласие еще не достигнуто. Цель экономической деятельности определяется явно или неявно нормами, ценностями и интересами национальных социальных и политических систем. Политические, а не экономические факторы являются главными в определении характеристик глобальной экономики. Рынки сами по себе — ни морально, ни политически — не являются нейтральными, они несут в себе ценности общества и интересы элит. Движущими силами глобальной экономики XXI ст., по мнению Р. Гилпина, являются экономическая эффективность и национальные амбиции. В мировой экономике сейчас преобладают транснациональные корпорации, и их преимущество громадно. Их деятельность оценивается весьма неоднозначно. С одной стороны, они увеличивают экспорт, количество рабочих мест и зарплату, с другой, их обвиняют в том, что бегство капитала ведет к безработице, снижению зарплат и разрушению общин.

Выход видится в том, чтобы принять международные правила, дающие гарантии, что транснациональные компании и правительства действуют в выгодном для глобальной экономики направлении. Сам Р. Гилпин считает деятельность транснациональных корпораций чрезвычайно полезной для потребителей и экономик. Р. Гилпин выделяет три основные точки зрения относительно глобальной экономики. С точки зрения «свободного рынка» глобализация и принятие американских социальных, экономических и политических ценностей освобождают сдерживаемые экономические силы и ведут к более эффективному использованию мировых дефицитных ресурсов, что приведет к максимизации глобального богатства и принесет пользу всем народам. Коммерческие и иные связи между демократическими и рыночно ориентированными обществами будут укреплены, что будет содействовать миру во всем мире. С точки зрения «популистов» (националистов) глобализация виновна в большинстве социальных, экономических и политических проблем, от которых страдают США и другие развитые страны. Это возрастающее экономическое неравенство и высокий уровень безработицы в развитых странах, сокращение или свертывание социальных программ и всеобщего благосостояния, уничтожение национальных культур и национальной политической автономии, нелегальная миграция, рост преступности и т.д. Сторонники этой точки зрения защищают торговый протекционизм, региональные экономические блоки и ограничение деятельности транснациональных корпораций. Точка зрения «коммунитаристов» является смесью теории зависимости, экономики Ганди и тезиса «ограниченного роста». Главная цель этой группы — вернуться к местным, независимым и связанным тесными узами общинам. Глобализация обвиняется в навязывание бесчеловечной капиталистической тирании, империалистической эксплуатации и экологической деградации всем народам мира. Особую критику вызывает деятельность транснациональных корпораций. Их деятельность, нерегулируемые рынки капитала и международные финансовые организации ведут мир к уничтожению национальной независимости и демократического самоуправления. В целом, Р. Гилпин без сомнения является энтузиастом глобализации. Небесспорными являются его тезисы об определяющей роли политики в экономической глобализации и разобщении развитых капиталистических стран после окончания холодной войны.

При рассмотрении проблем глобализации нельзя обойти работы Дж. Стиглица, лауреата Нобелевской премии в области экономики. Но еще большее значение, которое придает особую весомость критике им политики Международного валютного фонда, имеет тот факт, что Дж. Стиглиц продолжительное время являлся старшим вице-президентом и главным экономистом Мирового банка. Дж. Стиглиц считает, что глобализация может оказывать разрушающее влияние на развивающиеся страны, особенно на беднейшие из них [Стиглиц Дж., 2003: 16, и далее]. Одновременно, глобализация — устранение барьеров для свободной торговли и теснейшая интеграция национальных экономик — может быть доброй силой, которая имеет потенциал для того, чтобы сделать богаче каждого, в том числе бедных. Но для этого пути внедрения глобализации должны быть радикально пересмотрены. Дж. Стиглиц считает, что решения должны приниматься на основе хорошей экономики и по-

литики, а не удивительной смеси идеологии и плохой экономики, как это происходит, по его мнению, в Международном валютном фонде. Это отжившие, негодные, но «стандартные» решения — без учета последствий, которые будет иметь для населения кризисных стран такая политика. Политика структурного реформирования, предложенная Международным валютным фондом для преодоления кризисов и стойких нарушений экономического равновесия, привела к голоду и волнениям во многих странах. Но даже если последствия были не такими тяжелыми и удавалось достичь на какое-то время роста, часто выгоду от этого получали только богатые, а бедные становились еще беднее. Противодействие глобализации черпает свою силу не только от вреда, который приносит развивающимся странам идеологизированная политика, но и от неравенства, заложенного в систему международной торговли. Немногие сегодня (кроме тех, кто получает от этого прибыль) защищают так называемую помощь развивающимся странам, когда их заставляют открывать внутренние рынки для товаров из развитых стран при том, что их собственные рынки остаются закрытыми. Эта политика делает богатых богаче, а бедных погружает в еще большую нищету и усиливает гнев. Сама международная торговля помогла многим странам развиваться гораздо быстрее, чем это было бы без нее. Это происходит, если экспорт стимулирует экономическое развитие, как это было у «молодых тигров». Дж. Стиглиц считает, что благодаря глобализации многие люди сейчас живут дольше, нежели раньше, а условия их жизни значительно улучшились. Именно глобализация ослабила чувство изолированности у развивающихся стран и предоставила их гражданам такой доступ к знаниям, который превышал возможности самых богатых людей в любой стране столетие назад. Конечно, новые иностранные фирмы могут принести вред государственным предприятиям, но они также приносят новые технологии, доступ к новым рынкам, создание новых промышленных отраслей. Иностранная помощь — другой аспект глобализованного мира — при всех ее недостатках помогает миллионам людей, часто оставаясь незамеченной. Т.е. глобализация — сложное явление, которое имеет как плюсы, так и минусы, подходить к ней однобоко нельзя. Ведь многим развивающимся странам глобализация не приносит обещанных экономических выгод. Растущий разрыв между богатыми и бедными в странах третьего мира приводит к росту численности людей с доходом менее одного доллара в день. Только за последнее десятилетие XX ст. число бедных людей на планете выросло до 100 миллионов. И это при неуклонном ежегодном росте общемирового дохода в среднем на 2,5 %. Особенно это касается африканских стран. Таким образом, глобализация не достигла успеха в борьбе с бедностью. А большая взаимозависимость приводит и к тому, что падение валюты на одном нестабильном рынке приводит к цепной реакции по всему миру. Дж. Стиглиц констатирует, что глобализация и внедрение рыночной экономики не привели к позитивным переменам в России и других странах с посткоммунистической экономикой. Вместо обещанного процветания они погрузились в невиданную нищету. Разительным является контраст между российской трансформацией, которой руководили международные институты, и китайской, которая проводилась самостоятельно. Критики обвиняют страны Запада в лицемерии, и Дж.

Стиглиц считает, что это обвинение оправдано. Западные страны заставляют бедные государства убирать торговые барьеры, а сами их оставляют, мешая, например, развивающимся странам экспортировать сельскохозяйственную продукцию и, таким образом, лишая их прибыли. Запад внедряет в жизнь такой сценарий глобализации, который представляет ему непропорциональную часть в ее результатах, причем делает это за счет развивающихся стран. Интересным является пример с охраной прав интеллектуальной собственности. Уругвайский раунд повысил уровень их защиты, и одним из последствий стало то, что американские и иные западные фармацевтические компании смогли прекратить «кражи» их интеллектуальной собственности фармацевтическими фирмами из Индии и Бразилии. Но эти фармацевтические компании обеспечивали население своих стран лекарствами по ценам, гораздо меньшим, чем предлагают западные компании. С одной стороны, прибыли фармацевтических фирм возросли и это дает им возможность внедрять новые разработки. С другой, рост прибылей в развивающихся странах незначителен, т.к. там мало кто может позволить себе лекарства по таким ценам. Одновременно тысячи людей оказываются обреченными на смерть, т.к. ни правительства, ни частные лица не могут платить более высокую цену. В случае со СПИДом возмущение международного сообщества было настолько сильным, что фармацевтические компании были вынуждены отступить и в конце 2001 г. снизить цены. Таким образом, Уругвайский раунд отражает интересы производителей, но никак не потребителей. Причем если выгода от глобализации оказывается меньше, чем ожидали, то цена за нее возрастает. Это и загрязнение окружающей среды, и рост коррупции в политической сфере, и отсутствие времени для культурной адаптации. Кризисы, которые сначала приносят высокий уровень безработицы, позже обостряются тяжелыми социальными последствиями: от уличного насилия в Латинской Америке до этнических конфликтов в других частях мира, например, в Индонезии. Дж. Стиглиц дает такое определение глобализации — более тесная интеграция государств и народов мира, причиной которой является резкое снижение цены транспортирования и коммуникации, а также уничтожение искусственных препятствий потокам товаров, услуг, капиталов, знаний и, в меньшей мере, людей через границы. Задача обеспечения мировой экономической стабильности была возложена на Международный валютный фонд. Тогда экономисты хорошо помнили об уроках мировой депрессии 30-х гг. Британский экономист Д.М. Кейнс предложил тогда простое объяснение и простой набор средств оздоровления: недостаток совокупного спроса объясняет экономический спад; правительственная политика должна стимулировать совокупный спрос. Если правительственная монетарная политика оказывается неэффективной, правительства должны делать ставку на фискальную политику, повышая государственные расходы или снижая налоги. Дж. Стиглиц считает, что главные уроки Д.М. Кейнса остаются актуальными и сегодня. Международный валютный фонд был призван предотвращать новые мировые депрессии. Он должен был это делать, оказывая международное давление на страны, которые не делают надлежащего вклада в поддержку мирового совокупного спроса и ведут свои экономики к спаду. В случае потребности фонд дает

необходимые средства в качестве ссуд странам, которые столкнулись с экономическим кризисом и не могут самостоятельно стимулировать совокупный спрос. Со времени своего основания Международный валютный фонд сильно изменился. Основанный на убеждении, что рынки работают несовершенно, сегодня он отстаивает верховенство рынка. Основанный на убежденности необходимости международного давления для обеспечения в странах более затратной экономической политики — такой, что предусматривает увеличение государственных расходов, снижение налогов, уменьшения процентных ставок для стимулирования экономики — сегодня фонд, как правило, дает ссуды только тогда, когда страны урезают бюджетный дефицит, повышают налоги или процентные ставки, что ведет к сокращению экономики. Писал Дж. Стиглиц и о протекционизме. Он указывал, что большинство промышленно развитых стран, включая США и Японию, развивали экономики, разумно и выборочно защищая некоторые отрасли своей промышленности, пока они не достигают достаточного уровня для конкурентной борьбы с иностранными производителями. Конечно, слепой протекционизм не работает, но то же самое можно сказать относительно быстрой рыночной либерализации. Принуждая экономически слабые страны к открытию внутренних рынков для импорта можно прийти к разрушительным социальным и экономическим результатам. Еще хуже то, что требования Международного валютного фонда к развивающимся странам о проведении суровой монетарной политики приводят к таким процентным ставкам, которые не позволяют создавать новые рабочие места даже при благоприятных обстоятельствах. И, таким образом, слишком часто с либерализацией приходит нищета, а никак не экономический рост. Еще одним примером является движение капиталов. Дж. Стиглиц считает нормальным то, что развивающиеся страны боятся открывать свои финансовые рынки для «горячих» денег, приливы и отливы которых приводят к опустошениям. Сегодня Международный валютный фонд и Мировой банк превратились, по мнению Дж. Стиглица, в главных игроков мировой экономики. Результатом их ошибок для многих людей является бедность, а для многих стран — социальный и экономический хаос.

Многие исследователи подчеркивают роль в экономической глобализации транснациональных корпораций. Они возникают при юридическом объединении четкой координации управления и контроля вместе с определенным элементом собственности отдельных предприятий, действующих в разных странах [Короткий..., 2005: 47, и далее]. Распространенным является мнение, что деятельность транснациональных корпораций подтачивает отдельные страны, а то и межгосударственную систему. Действительно, существуют случаи их вмешательства в деятельность государств, а кроме того они часто манипулируют ценами на свою продукцию и перемещают капитал для минимизации налогов.

Вообще, технологическое развитие постиндустриальных стран в последние десятилетия позволило им, по мнению О.Н. Антипиной и В.Л. Иноземцева, решить глобальные проблемы в трех фундаментальных аспектах [Антипина О.Н., Иноземцев В.Л., 1998: 162, и далее]. Первый из них — очевидная сегодня невозможность возникновения нецивилизованных

форм крупномасштабных конфликтов в среде постиндустриальных и близких к ним по уровню развития стран вследствие формирования современной экономики как мирового хозяйства, обеспечивающего максимальную эффективность производства и вовлекающего значительное число стран в орбиту влияния постиндустриальных держав. Второй аспект связан с обнадеживающими симптомами, которые свидетельствуют о перспективах поддержания гармоничного взаимодействия между человеком и природой. Поводом для оптимизма могут служить успехи в распространении новых технологий, способных резко сократить как загрязнение окружающей среды, так и потребности в невозобновимых ресурсах. Третий заключается в том, что постиндустриальному миру удается осуществлять такой стиль развития, который не допускает широких общественных конфликтов, роста безработицы и социальной напряженности. В результате развитые страны достигли внутренней стабильности, укрепили свои ведущие позиции в мировом сообществе, но в то же время обособились от менее прогрессивных экономических укладов. Набирающая силу интернационализация экономик развитых стран представляет собой совокупность сложных процессов взаимозависимости производств, активизация торговых потоков и финансовых связей, миграция рабочей силы. Извлечение выгоды из использования преимуществ рынков труда, капитала и технологий отдельных стран характерно для западного мира почти с начала века. Однако подобное стремление не столько открывает национальные границы для экономического взаимодействия всех стран, сколько способствует сближению постиндустриальных государств и отгораживанию их от остального мира, о чем свидетельствует активизация международной торговли именно внутри центров экономической мощи. Несмотря на то, что движение рабочей силы по сравнению с движением товаров и капитала характеризуется гораздо меньшими масштабами, оно также подвержено общим закономерностям внутренней открытости и внешней замкнутости. Сочетание процессов в сфере эксплуатации природных ресурсов с ужесточением экологического законодательства (достаточно отметить, что экологическую политику США определяют более 13 тыс. законов) в постиндустриальных странах подчеркивает их особое положение в мире; экологическая же опасность все в большей мере угрожает со стороны менее развитых территорий. Проблемы относительно отсталых регионов планеты в контексте их взаимоотношений с постиндустриальным миром О.Н. Антипина и В.Л. Иноземцев рассматривают в нескольких аспектах. Во-первых, большой интерес представляет процесс развертывания борьбы некоторых развивающихся стран за право войти в сообщество постиндустриальных государств; с этим уже сегодня связан ряд экономических проблем. Во-вторых, явную озабоченность вызывают применяемые за пределами постиндустриального мира примитивные методы индустриализации, что резко усугубляет экологическую ситуацию, непосредственно касающуюся всего населения Земли. И, наконец, в-третьих, четко обозначился круг стран, которые на протяжении всего следующего столетия не смогут не только вступить в сообщество развитых государств, но даже обеспечить своему населению приемлемых уровней потребления, что вызовет серьезные политические проблемы, с которыми придется столкнуться челове-

ству в новом тысячелетии. Как видим, российские исследователи демонстрируют целиком позитивные аспекты глобализации, фактически игнорируя ее проблемы.

Другие российские исследователи обращают внимание на угрозу глобального монополизма. Информационные технологии являются материальным воплощением и непосредственным двигателем процесса глобализации — разрушение административных барьеров между странами, планетарного объединение региональных финансовых рынков, приобретение финансовыми потоками, конкуренцией, информацией и технологиями всеобщего, мирового характера. Важнейшей чертой глобализации является формирование единого в масштабах всего мира не просто финансового или информационного рынка, но финансово-информационного пространства, в котором во все большей степени осуществляется не только коммерческая, но и вся деятельность человечества как таковая. Наиболее широкую известность в связи с этим получили процессы конкуренции, связанные, прежде всего, с ее обострением и приобретением нею всеобщего характера. Информационные технологии по мере своего распространения свели к минимуму значение пространственных барьеров на рынках. При развитии конкуренции в условиях глобализации наблюдается уверенное и широкомасштабное развитие двух взаимодополняющих и взаимообуславливающих тенденций. С одной стороны, происходит, — и это является одним из наиболее наглядных, широко известных и самоочевидных признаков глобализации, — формирование в результате слияния ранее отделенных друг от друга региональных сегментов единых общемировых рынков, в первую очередь в финансовой и информационной сферах. С другой стороны, наблюдается значительно менее популярная, но ничуть не менее важная постепенная интеграция отдельных глобальных рынков различных финансовых инструментов в единый мировой рынок финансов, непосредственно выражающаяся в практически неуклонном снижении «цены перехода» для капиталов из одного финансового инструмента в другой. Такое сочетание процессов объединения и фактического слияния «региональных» и «отраслевых» финансовых рынков в один-единственный общемировой финансовый рынок все более решительно ставит на повестку дня вопрос о возникновении в финансовой сфере глобальных монополий, обладающих значительной, небывалой ранее властью в масштабах общемировых рынков [Практика..., 2000].

С.Л. Удовик подчеркивал вклад передовых технологий в формирование глобализации. Он писал, что научно-техническая революция является важнейшей составляющей частью процесса глобализации [Удовик С.Л., 2002: 216, и далее]. Причем, несмотря на надежды, что развитие технологий приведет к всеобщему росту благосостояния, выравниванию доходов и ликвидации проблемы бедности, на практике проявились противоположные тенденции. Высокоразвитая инфраструктура, уровень образования населения, энергосбережения, институционального обеспечения, возможность концентрировать ресурсы (в том числе, финансовые) способствуют снижению зависимости развитых стран от сырьевых и энергетических ресурсов периферийных и полупериферийных стран. Т.е. успехи в сфере научных исследований ведут к росту пропасти между богатыми и бедными странами. С.Л. Удо-

вик объясняет это наличием так называемой квазиренды. Классическая рента связана с использованием природных ресурсов, городской инфраструктуры или уникальных объектов. Развитие науки и технологии приводит к получению собственниками изобретений, новых технологий и устройств, дополнительного дохода (квазиренды), обусловленного качеством и уникальностью нового продукта. Владелец получает квазиренду до тех пор, пока его изобретение не получит всеобщего распространения. В глобальной экономике значение технологической квазиренды постоянно растет, принося владельцам инноваций сверхприбыли, масштаб которых пропорционален размеру производства и охвату рынка, что еще более усиливает диспропорции экономики. В основном, это идет в копилку транснациональным корпорациям, успех которых находится в зависимости от умения находиться на острие технологического прогресса. Быстрыми темпами растут роль интеллектуального капитала, конкуренция на рынках высоких технологий, внимание к вопросам авторского права. В конце тысячелетия стала проявляться тенденция слияния банков, страховых компаний, ипотечных кредитных учреждений и инвестиционных фондов в глобальные финансовые группы, стремящиеся не просто охватить все рынки, но и максимально расширить все виды финансовых операций, оптимизировать капиталовложения и минимизировать риски путем создания своего рода «глобального портфеля». Научно-техническая революция, интернетизация, космические и оптико-волоконные технологии коммуникаций позволили организовать круглосуточную работу финансовых рынков в режиме он-лайн, т.е. в реальном масштабе времени. Это создает угрозу функционирования мировой экономики (С.Л. Удовик относит к таким угрозам только технические сбои и хакерские атаки). Правительства и политики большинства стран мира теряют контроль и даже ориентацию в лабиринтах финансовой сферы в условиях глобализации. Происходит перераспределение значения различных транснациональных корпораций. Те, которые представляют индустриальный сектор экономики, получают прибыль, в основном, за поставку сырья и продукции первого передела. Эта продукция отличается низкой рентабельностью и экологически грязным производством. Те же, кто представляет постиндустриальный сектор экономики, поставляют высокорентабельные наукоемкие продукцию и услуги, получая дополнительную прибыль в виде квазиренды. В глобализации особая роль принадлежит доллару США. В 1944 г. на конференции в Бреттон-Вуде (Нью-Хэмпшир, США) было достигнуто соглашение о регулировании курсов валют относительно доллара. Сам же доллар привязывался к стоимости золота по курсу 35 долларов за унцию. Это привело к глобализации доллара США, он приобрел роль мирового валютного резерва. США получили огромное преимущество — свой импорт они оплачивали своими же долларами. При глобализации также происходит вестернизация, как экспорт западных ценностей. С.Л. Удовик делает следующие выводы по этому поводу. Первое, связанность стран мира уменьшается. Происходит разделение стран мира на процветающие и периферийные. Второе, формируются региональные объединения, сфера действия которых коррелирует с соответствующими цивилизациями. Третье, по мнению С.Л. Удовика, происходит усиление США и стран океанической цивилизации (Канада, Великобритания,



Австралия, Новая Зеландия и Ирландия) в ущерб странам континентальной Западной Европы. Четвертое, агрессивно продвигается западный образ жизни, т.е. идеи индивидуализма, свободы, демократии, прав человека, равенства, отделения церкви от государства, либерализма. Кроме того, глобализация и либерализация мировой экономики сняли иммиграционные барьеры для массового международного перемещения рабочей силы и создания глобального рынка труда. Но созданию такого рынка препятствуют: 1) климатические, культурные и языковые отличия; 2) духовные и религиозные факторы; в) создание иммиграционных барьеров развитыми странами. Выделяются и глобальные проблемы. Проблема защиты климата приобретает важнейшее значение, т.к. изменения в этой сфере происходят с беспрецедентной быстротой. Важными являются также проблемы биологического разнообразия, глобализации преступности (наркотики, торговля оружием, нелегальная миграция, торговля женщинами, детьми, внутренними органами, сигаретами, алкоголем, краденными машинами).

Глобализацию как общепланетное измерение интернационализации определяла Ю.В. Ткачук. Она выделяла такие составляющие процесса глобализации: институциональные процессы, культурная универсализация, экономические процессы, социальные тенденции. Среди политических факторов называются 1) диверсификация составляющих действенности и конкурентоспособности государств; 2) относительное снижение роли государств как международных акторов в пользу поднациональных, наднациональных и транснациональных; 3) неравномерность развития отдельных наций; 4) накопление несоответствий и противоречий международного регулирования. К достоинствам глобализации относятся 1) рост количества и качества потребительской продукции на мировом рынке; 2) бурный технологический прогресс, уменьшающий себестоимость продукции и цену на нее; 3) возникновение новых рабочих мест, вследствие развития информационных технологий; 4) расширяющийся доступ к информации и возможности и способы коммуникации в мировом масштабе; 5) повышение жизненного уровня и относительное улучшение основных социальных показателей в большинстве регионов мира; 6) сближение культур и цивилизаций вследствие глобального информационного обмена и нивелирования отличий из-за распространения массовой культуры. Недостатками глобализации Ю.В. Ткачук называет 1) растущую нестабильность и уязвимость мировой экономики (нестабильность одной части сразу же отзывается на экономическом здоровье других); 2) растущий разрыв между богатым Севером и бедным Югом; 3) увеличение миграции населения; 4) увеличение разрыва между уровнем жизни богатых и бедных слоев населения; 5) рост влияния (в том числе политического) транснациональных корпораций; 6) ухудшение состояния окружающей среды; 7) влияние массовой культуры, которое угрожает культурному разнообразию. Ключевыми чертами глобализации являются революция в информационных технологиях, экономическая революция, победа либеральной демократии, политика национализма [Ткачук Ю.В., 2004].

Существует интересная концепция информационного глобализма, основывающаяся на развитии различных межконтинентальных каналов и сетей, синтезе телетрансляционных трансграничных компьютерных

и мегаспутниковых систем связи, при решающем вкладе робототехники, голографии и стекловолоконной оптики. Этот синтез сопрягается с дальнейшим освоением космоса, солнечных и водных энергоресурсов, а также развитием суперкорпоративных структур. Информационный глобализм связывается с такими негативными социальными явлениями, как нарастание экологических проблем, безработица, информационная перегрузка и т.д. [Землянова Л.М. а, 1999: 71-72].

В основном негативное отношение к глобализации в сфере культуры. Низкий уровень массовой культуры, потеря культурного разнообразия, с последующей потерей чувства идентичности и преемственности вызывает неприятие многих наблюдателей. Фактически же массовая культура и ее ценности являются господствующими для большинства людей. Ее господство часто незаметно. Оно приходит не только с пением поп-исполнителей, но и с бесконечными сериалами, потоками новостей, формируемых транснациональными медийными корпорациями, новыми видами развлечений.

### 5.3. Глобализация в сфере масс-медиа

Медиа играют значительную роль в процессе глобализации. С одной стороны, они являются инструментом ее развития, с другой, сами подвергаются мощному влиянию иных факторов глобализации.

Многие ученые внесли свой вклад в концепцию глобализированной медиакультуры, которая стала результатом процессов влияния глобализирующихся информационных связей на стандартизацию и синхронизацию культурных моделей в различных странах, охваченных медиатизацией жизненного пространства. Вклад в эту концепцию внесли последователи Г.М. МакЛюэна, Э. Тоффлера, Д. Белла, представители теорий информационного общества и мозаичной культуры, сторонники постмодернизма и неолиберализма. Их взгляды различаются и, таким образом, продолжается научная дискуссия о путях развития медиакультуры в глобализирующемся мире. Например, Г.М. МакЛюэн выдвинул термин глобальной деревни. Он утверждал, что под влиянием электронных аудиовизуальных средств связи люди вновь обретают многомерность чувственного восприятия мира, свойственному им на первобытном этапе развития общества. Вместе с этим развивается неотрайбализм. Приобщение огромной массы людей к телевизионному мифотворчеству Г.М. МакЛюэн назвал электронным возвращением в первобытный век палеолита, где каждый зритель становится соучастником новой телевизионной общности планетарного масштаба. В противовес этому ряд американских футурологов выдвинули концепцию глобального мегаполиса. Они считают, что процессы урбанизации создали новый тип культуры — мозаичный, который отвергает характерные для деревни тесные общинно-родственные и соседские связи, а также единство морально-духовных принципов. В современной культуре, по их мнению, как в городе смешиваются множество культурных традиций и народностей, живущих рядом, однако в отдельных кварталах и

квартирах имеющих независимую частную жизнь. Электронные медиа тут объединяют людей подобно гигантской нервной системе. Таким образом, электронный мегаполис объединяет людей не посредством социальных связей, а пространственно-временной технотронной революции, которая охватывает всех, имеющих доступ к новейшим коммуникациям, которые формируют душевное состояние и образ жизни людей под действием факторов, находящихся за пределом их непосредственного социального контекста [Землянова Л.М. а, 1999: 38-39].

Глобализацию масс-медиа в контексте культурного развития изучал Дж. Лалл. В частности, он отметил зависимость международного потока новостей и развлечений от экономических реалий. Например, новости и развлечения в соединении с американским высокоэффективным промышленным, военным, транспортным и технологическим присутствием во всем мире, создают и удерживают благоприятные условия для защиты американских интересов. Также поступают все высокоразвитые страны. Доминирование глобальных новостей и расширение употребления английского языка стали возможными благодаря развитию коммуникационных технологий. Кстати, именно индустрия развлечений является наиболее прибыльной отраслью американского экспорта, уступая место только производству самолетов. По данным Дж.Лалла 60 % своих прибылей Голливуд получает из-за границы [Лалл Дж., 2002: 170, и далее]. С середины 1990-х гг. успехи коммуникационных технологий стали впечатляющими, и ими воспользовались транснациональные корпорации. Но размах и дешевизна этих технологий привели к тому, что их широко использует даже малый бизнес. Символом телевизионной глобализации можно назвать канал CNN, владелец которого Т. Тернер в 1991 г. стал «Человеком года» по версии журнала «Тайм». «Эффект CNN», по мнению Дж. Лалла, является, без сомнения, центральным элементом современной мировой политики. Глобализация приводит к обобществлению, т.е. пониманию, что у нас много современников, и общности эмоциональных переживаний, т.е. глобальные медиа нередко усиливают эмоциональные связи. Однако глобализация, как считает Дж. Лалл, не означает, что планету захватит какое-то всемирное надобщество, основанное на новейших технологиях, и уничтожит все местные общественные системы и культуры. В противовес всепальным технологиям, пишет Дж. Лалл, мы не стали и никогда не станем единым народом. Конечно, мощные гомогенизирующие факторы, такие как господствующие языки, военная техника, интернет, реклама и мода, международные масс-медиа и авиалинии, оказывают влияние на сознание и культуру во всех уголках мира. Они порождают некоторые стандартизованные ценности и практики. Однако действие этих экономических, политических и культурных факторов в разных культурных контекстах совсем не является однотишной. Взаимодействуя с местными условиями, они всегда порождают разнообразные и динамические последствия.

Многие исследователи считают, что национальная идентичность в глобализованном мире разрушается потоком американских медиа-программ. Особо следует отметить авторитетное исследование американского социолога марксистского направления Г. Шиллера «Массовая коммуникация и американская империя», в котором автор обвинял в разрушении национальной идентичности как развитых, так

и развивающихся стран преднамеренный культурный империализм, финансируемый совместно американскими телевизионными производителями и правительством США [Schiller H.I., 1992]. Последовало много исследований, в которых опровергалась умышленность навязывания американского стиля жизни.

По мнению М. Прайса, глобализация фактически становится синонимом стремления к деполитизации — частью предпринимаемых государством усилий по уменьшению возможностей масс-медиа нарушать статус-кво [Прайс М., 2000: 28, и далее]. В результате технологических и политических изменений возникает новая типология вещательных структур. Вместо деления на общественное и частное вещание возникает разделение на глобальные вещательные предприятия, региональные наднациональные вещательные предприятия и оставшиеся, работающие, в основном, в традиционных национальных границах. М. Прайс выделяет три точки зрения на вопрос о том, как глобализация масс-медиа воздействует на форум для общественного дискурса. С одной точки зрения, вещание не вносит ощутимого вклада в общественную сферу, и его связь с этой сферой настолько незначительна, что глобализацию нельзя считать существенным фактором. Другие исследователи считают, что глобализация создает разнообразие в медиа, «открытые небеса» и новых ораторов, и, таким образом, расширяются общественные сферы во многих ранее закрытых обществах. По третьей точки зрения, воздействие глобализации зависит от конкретного общества, структуры дискурса внутри его и реакции власти и общества на возможности, предоставляемые транснациональными станциями. Сам М. Прайс акцентирует на том, что глобализация масс-медиа предоставляет беспрецедентные возможности по доступу к информации, что Ю. Хабермас считал критическим аспектом общественной сферы. Но он приводит и точку зрения, согласно которой свобода от государственной власти и регулирования вещания находится в стороне от общественной сферы и препятствует серьезному общественному дискурсу (Н. Постмен). Дело в том, что аудитория при выборе между развлечениями и открытой дискуссией о политических институтах, как правило, выбирает первое. Частная конкуренция ведет к тому, что глобальные вещатели предлагают в основном развлекательный продукт, суживая сферу обсуждения общественно значимой информации. М. Прайс считает, что глобализм подразумевает выбор и конкуренцию. Парадоксально, но глобализация может приветствоваться авторитарными правительствами именно потому, что она размывает внутреннюю общественную сферу. Ведь можно не стремиться к уничтожению конкурирующей политической прессы, а согласиться с приемлемой заменой на нейтральную и аполитичную глобальную вещательную систему.

Известный украинский ученый В.В. Ризун сделал вывод о том, что глобализация системы массовой коммуникации ведет к их трансформации [Ризун В.В., 2008: 133, и далее]. Вообще, глобализация системы масс-медиа порождает и изменения социально-политической и экономической систем. Однако они не являются первопричиной таких изменений, т.к. им предшествуют модернизация технологий, развитие науки и техники, социально-экономическое развитие. В.В. Ризун считает, что дефиниция «глобализация системы массовой коммуникации» отражает процесс

трансформации коммуникативной системы, трансформации, которая связана с созданием более широкой сети коммуникаторов, которые обслуживаются и покрываются на большом информационном пространстве единой, но разветвленной системой средств массовой коммуникации и контролируются более организованным союзом их производителей. Глобализация систем массовой коммуникации только усиливает дивергентность и дисперсность этой системы, усиливает структуриацию, фазовость, дискретность вещания и монополию на него. Идея глобальной культуры и глобализации мировых общественных пространств, по мнению В.В. Ризуна, имеет негативный компонент, связанный с макдональдизацией, стеретипизацией поведения людей, входящих в глобальную систему, а также с массивацией, т.е. втягиванием человека в запрограммированную на определенное поведение массу людей. Все это, конечно, разрушает национальные культурные ценности страны, которая попадает в систему глобальной культуры, и подчиняет ее интересам господствующей нации в глобальной системе. В наше время глобальный информационный мир имеет ясно выраженную проамериканскую или прозападную ориентацию. Глобальный информационный мир держится на развитии многонациональных рынков, корпораций, сложнейших систем коммуникации, современных медиа-технологий. Эта организационно-технологическая основа глобального мира, с одной стороны, содействует объединению людей, народов, с другой, нивелирует их технические, политические, культурные особенности. Причем процесс глобализации необратим. Страна, сдерживающая себя в процессе глобализации, этим себя только губит, так как будет насильственно поглощена глобальной информационной системой. Выход В.В. Ризун видит только один: как можно быстрее достичь высокого уровня развития информационных технологий и коммуникационных систем, чтобы на равных войти в глобальный мир. В.В. Ризун считает, что создание мощных коммуникационных медиа-систем, или глобальных систем массовой коммуникации, происходит благодаря концентрации и конгломерации систем массовой коммуникации как видом трансформации. При этом под концентрацией понимается тенденция, связанная с усилением присутствия одной или нескольких компаний на каждом из рынков вследствие их слияния (интеграции) с другими компаниями этой же сферы индустрии при сохранении ведущей роли одной из компаний, что в конечном итоге приводит к исчезновению конкуренции. Под конгломерацией имеется в виду процесс, вследствие которого компании коммуникационного сектора создают единую компанию-конгломерат и становятся ее частями, сохраняя при этом свои черты и свойства. Медиа-конгломераты возникают в результате интеграции и концентрации фирм, компаний. Конгломераты уменьшают финансовые риски, получают большие прибыли и имеют успехи путем диверсификации, т.е. такой формы концентрации капитала в условиях научно-технической революции, когда компания проникает в новые для себя сферы и отрасли, расширяет ассортимент товаров и постепенно превращается в многоотраслевой комплекс.

Другая украинская ученая О.В. Зернецкая рассматривала, в частности, действия правительственных, транснациональных и индивидуальных акторов как источников информации и как рецепи-

ентов информации в формировании процесса международного потока информации [Зернецька О.В., 1999: 155, и далее]. Она выделяет такие типы международного потока информации: от правительственных акторов к правительственным реципиентам; от правительственных акторов к транснациональным реципиентам; от правительственных акторов к индивидуальным реципиентам; от транснациональных акторов к транснациональным реципиентам; от транснациональных акторов к индивидуальным реципиентам; от индивидуальных акторов к правительственным реципиентам; от индивидуальных акторов к транснациональным реципиентам; от индивидуальных акторов к индивидуальным реципиентам. Эти потоки приводят к изменениям на разных уровнях и разных системах. Основные из них: 1) изменения в природе власти; 2) изменения в природе ресурсов; 3) изменения в ценностях и восприятии индивидов; 4) изменения в национальных и международных системах.

Е.А. Макаренко считает, что информационный фактор осуществил в жизни цивилизации за XX ст. наиболее глубокие изменения за всю ее историю: он объединил мир в единую систему, которая функционирует в режиме реального времени [Макаренко Е.А., 2000: 17, и далее]. Важной чертой глобальной роли коммуникации является стремительное повышение общественной ценности информации (хотя информация всегда имела высокую ценность в обществе), но только в XX ст. информация превратилась в стратегический ресурс человечества. По ее мнению, информационная ситуация в системе глобальных международных отношений полностью отвечает таким критериям: современные средства коммуникации глобализировали возможности передачи больших массивов информации за невероятно короткое время; мультимедийные системы, осуществляющие мгновенную передачу информации на любое расстояние, сами по себе являются интенсивным катализатором общественных процессов; информационные процессы стимулируют прогрессивное развитие экономики, политики, техники, экологии, культуры, военного дела и т.д.

О.В. Ваганова выделяет такие особенности современной международной медиа-системы: 1) рост инноваций в сфере коммуникационных технологий; 2) глобализация; 3) переход в цифру (дигитализация); 4) увеличение количества и разнообразия; 5) рост доступа к информации и возможности коммуникации с миром; 6) переход от этатизма к частной инициативе и коммерциализация; 7) дерегуляция; 8) изменение структуры аудитории, трансформация восприятия и использования информации из-за доступности трансграничных каналов коммуникации; 9) возникновение глобальной космополитической (транснациональной) культуры. Глобализация массовой коммуникации основывается на таких составляющих, техническая (возможность недорого и качественно передавать информацию в другие страны), политическая (внедрение и рост транснациональных информационных сервисов, структура международных договоров в сфере массовых коммуникаций, транснациональные медийные корпорации), культурная (глобальное распространение массовой культуры «наименьшего общего знаменателя») и экономическая [Ваганова О.В., 2003].

Современное коммуникационное пространство, под которым понимается совокупность связей между отдельными людьми, социумами, странами, государствами, континентами, характеризуется глобализацией, которая начинается от мировой экономики и заканчивается сферой культуры, считают В.П. Синельников и И.М. Сушинская [Сидельников В.П., Сушинська І.М., 2004: 117, и далее]. По их мнению, новейшие технологии разрушают коммуникационные границы и превращают довольно шаткое понятие национального информационного пространства на условность.

Глобализация медиасферы, по мнению Л.М. Земляновой, нередко приобретает характер глокализации, т.е. приспособления к локально-историческим особенностям, условиям и потребностям развития медиасистем в тех или иных странах [Землянова Л.М., 2006: 18].

Е.Г. Грудзинская считает, что одной из главных задач или функций деятельности масс-медиа в информационном обществе является сосредоточение на поддержке и внедрении позитивных эффектов глобализации, их эволюционировании и, в то же время, минимизации, преодолении негативных характеристик и следствий этого явления. По ее мнению, одним из глобальных факторов формирования информационного общества является интернет-система коммуникации, мгновенная по своему эффекту и глобальная по распространению [Грудзинская Е.Г., 2006: 14-15].

С.В. Бориснёв выделяет такие тенденции развития массовой коммуникации. 1. Развивается современная коммуникативная технология, которая влияет прежде всего на объем и содержание информации. 2. Возрастает понимание государствами, социальными группами и индивидами важности циркулирующей информации. 3. Возрастает число международных транснациональных участников по обмену информацией, предопределяя дальнейшее экономическое возрастание, т.е. скачок. 4. Растет интерес к сравнительным транскультурным интересам: общественному мнению, имиджу, параллельному совершенствованию результатов исследований (социологический инструментарий). 5. Продолжается развиваться дискуссия по международному: информационному порядку; экономическому [Бориснёв С.В., 2003: 233].

Российский исследователь С.А. Михайлов указывал, что информационные потоки становятся теми рычагами управления общественными процессами, к которым прибегают власть имущие и те, кто стремится к завоеванию политической власти. Вместе с тем, законы бизнеса все настойчивей диктуют свои нормы и правила в производстве, обработке, хранении и распространении информации. Медийная деятельность приносит владельцам не только прямой финансовый доход. Часто выгода является опосредованной — создание позитивного имиджа, формирование общественного мнения, лоббирование определенных интересов, воспитание масс и т.п. Вместе с усложнением политических процессов усложняются и процессы передачи социального заказа масс-медиа. Прямой диктат и предварительная цензура в большинстве стран уходят в прошлое, сегодня представители бизнеса умело манипулируют масс-медиа, с тем чтобы иметь возможность контроля за общественным мнением [Михайлов С.А., 2002: 5].

Своеобразное определение глобализации масс-медиа дает белорусская исследовательница О. Саламаха. Она считает, что это стремление к всемирному могуществу, к мировому господству, приведение всех масс-медиа к усредненному стандарту, к «одному знаменателю» [Саламаха О., 2005: 130].

Новые технологии связи, особенно спутниковая коммуникация, положили конец возможности государств контролировать глобальные потоки коммуникации. Правительства потеряли важную сферу информационного влияния. С развитием интернета глобальные коммуникации приобрели фактически бесплатный характер. Это привело не только к небывалому увеличению опосредованного межличностного общения, но и к быстрому развитию интернет-медиа. В сфере массовой коммуникации тенденции глобализации имеют множество последствий. Это и возможность глобального распространения локальной информации (для тех членов комьюнити, кто оказался далеко от своей малой родины), и привлечение новых дешевых технологий связи, и конкуренция (часто, убийственная) со стороны интернет-медиа (например, так называемой гражданской журналистики). Еще рано делать выводы о результатах развития медиа в эпоху глобализации. Но ясно, что при общем сохранении уже существующих медиа их конкуренция (а значит и цена профессионализма) еще больше возрастает.

## Резюме

Человечество существует в условиях глобализации. Границы исчезают или становятся прозрачными. Люди часто лучше знают о том, что происходит на другом конце Земли, чем на соседней улице. Эти реалии обращают пристальное внимание ученых, которые пытаются осознать причины, ход, особенности и последствия такого сложного и неоднозначного явления как глобализация.

Большинством ученых глобализация воспринимается как процесс экономической интеграции. Этот процесс имеет давние корни, однако значительно оживился с возникновением современных информационно-коммуникационных технологий. Процесс глобализации ведет к постепенной унификации культур, распространению представлений о человечестве как едином целом, потере национальными государствами бывшего влияния (прежде всего, за счет увеличения влияния транснациональных корпораций, международных организаций и прозрачности границ).

Научный дискурс сегодня имеет в своем арсенале значительное количество теорий и сценариев развития человечества в условиях глобализации. Они варьируются от полного неприятия самого факта глобализации человечества до выводов о неизбежности и неотвратимости глобализационных изменений, от констатации достижений человечества вследствие его интеграции до апокалипсических прогнозов на будущее. В целом, большинство авторов сходятся на том, что человечество переживает новый этап в своем развитии, связанный, прежде всего, с беспрецедентным ростом международной торговли. Экономические изменения детерминируют социальные, политические и культурные. При-



способливание к новым реалиям проходит сложно. Ряд стран реализуют новые возможности как шанс для прорыва в клуб развитых, но многие утрачивают и те позиции, которые имеют. Изменения, которые происходят сегодня, являются серьезным испытанием для национальных культур, государств-наций в целом. Уже ясно, что государства-нации теряют многие атрибуты и полномочия, но неясно как далеко зайдет этот процесс. Решающую роль в глобализационном развитии играют новые информационно-коммуникационные технологии. Они сжимают пространство и время, позволяют соединять страны и континенты, способствуют появлению глобального человечества как единого целого.

Глобализация происходит благодаря революционным изменениям в информационно-коммуникационных технологиях. Именно они сделали возможным быстрое и дешевое перемещение вне зависимости от расстояния. Экономика, особенно финансовые рынки, используя эти возможности, заставили весь мир почувствовать себя в новой эре. Пожалуй, трудно найти вид человеческой деятельности, которого не коснулись бы глобализационные изменения. Особенно противоречивой по оценкам последствий таких изменений является сфера культуры. Расцвет массовой и упадок национальных культур вызывает беспокойство людей во всем мире. Низкий уровень массовой культуры, потеря культурного разнообразия, с последующей потерей чувства идентичности и преемственности вызывает неприятие многих наблюдателей. Фактически же массовая культура и ее ценности являются господствующими для большинства людей. Ее господство часто незаметно. Оно приходит не только с пением поп-исполнителей, но и с бесконечными сериалами, потоками новостей, формируемых транснациональными медийными корпорациями, новыми видами развлечений.

Медиа играют значительную роль в процессе глобализации. С одной стороны, они являются инструментом ее развития, с другой, сами подвергаются мощному влиянию иных факторов глобализации.

Новые технологии связи, особенно спутниковая коммуникация, положили конец возможности государств контролировать глобальные потоки коммуникации. Правительства потеряли важную сферу информационного влияния. С развитием интернета глобальные коммуникации приобрели фактически бесплатный характер. Это привело не только к небывалому увеличению опосредованного межличностного общения, но и к быстрому развитию интернет-медиа. В сфере массовой коммуникации тенденции глобализации имеют множество последствий. Это и возможность глобального распространения локальной информации (для тех членов комьюнити, кто оказался далеко от своей малой родины), и привлечение новых дешевых технологий связи, и конкуренция (часто, убийственная) со стороны интернет-медиа (например, так называемой гражданской журналистики). Еще рано делать выводы о результатах развития медиа в эпоху глобализации. Но ясно, что при общем сохранении уже существующих медиа их конкуренция (а значит и цена профессионализма) еще больше возрастает.

## Заключение

Информация и коммуникация стали одними из популярнейших понятий в начале XXI ст. Ученые и практики, представители новых и традиционных профессий (которые ранее весьма опосредованно зависели от поступления новой информации), простые потребители оказались втянутыми в глобальное коммуникационное взаимодействие. Темпы прироста информации продолжают поражать воображение не только рядовых пользователей информационных сетей, но и специалистов. Глобальные изменения в экономике показали тенденцию к перераспределению общественного богатства из сферы индустриальной к сфере информационной и дали основание говорить о приходе информационного общества.

Ускоряющиеся темпы общественного развития, его информационная составляющая делают особенно актуальными исследования в области информации, коммуникации (прежде всего, массовой) и изучение прогнозов относительно как нынешнего состояния общества, так и перспектив его развития.

## Литература

1. Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. — М.: ВЛАДОС, 1994. — 336 с.
2. Абдульдин Бассам Саїд. Глобалізація і проблема відсталості у постбіполярному світі: Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук. — Київ, 2001.
3. Абрамов Р.Н. Сетевые структуры и формирование информационного общества // Социологические исследования. — 2002. — № 3. — С. 133-140.
4. Аверинцев С.С. Филология // Краткая литературная энциклопедия. — М., 1972. — Т. 7. — С. 973.
5. Агамирзян И. Приоритетные направления реализации стратегий и программ перехода к информационному обществу и формирования экономики знаний // Информационное общество. — 2002. — Вып. 1. — С. 73-78 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/B5E15A9822411ABBC3256D570041E474>
6. Ажажа В.Г., Белимов Г.С. К вопросу об информационной первооснове микро- и макромиров Вселенной // Философские науки. — 2001. — № 1. — С. 125-130.
7. Акофф Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах. М., 1974.
8. Акчурин И.А. Виртуальные миры и человеческое познание. Концепция виртуальных миров и научное познание. — СПб.: РХГИ, 2000. [http://ihtik.lib.ru/tmp/zmnh\\_10sept2005/\\_ihtik.lib.ru\\_10sept2005\\_1322.htm](http://ihtik.lib.ru/tmp/zmnh_10sept2005/_ihtik.lib.ru_10sept2005_1322.htm) <http://sociologia.iatp.by/stat'i/s206.html>
9. Алексеев А.Н. Контент-анализ, его задачи, объекты и средства // Социология культуры. Труды 9. Вып. 1. — М.: Советская Россия, 1974.
10. Алексеев А.Н. Массовая коммуникация как объект социологического исследования // Массовая коммуникация в социалистическом обществе: Сб. ст. / АН СССР. Ин-т социально-экономических проблем и др.; Под ред. А.В.Дмитриева и др. — Л.: Наука, 1979. — С. 43-57.
11. Алексеев А.Н. Некоторые проблемы социологического изучения массовой коммуникации (на примере прессы): Автореферат дисс. ... канд. филос. наук. — Новосибирск, 1970.
12. Алексеев А.Н. О массовой коммуникации и ее социальных средствах // Журналист, пресса, читатель / Отв. ред. В.С.Смирнов. — Л.: Изд-во ЛГУ, 1969. — С. 67-68.
13. Алексеев А.Н. Опыт построения социологической модели массовой коммуникации // Семиотика средств массовой коммуникации: Науч. семинар: В 2-х ч. — М.: Изд-во Моск. ун-та. — Ч. 1. — 1973. — С. 58-71.
14. Алексеев А.Н., Владыкин В.А., Дудченко В.С. Некоторые проблемы контент-анализа массовой информации // Семиотика средств массовой коммуникации: Науч. семинар: В 2-х ч. — М.: Изд-во Моск. ун-та. — Ч. 1. — 1973.
15. Алексеев А.Н., Дудченко В.С. О специфике контент-анализа как социологического метода // Социологические проблемы семьи и молодежи: Сб.ст. / Под ред. И.И.Леймана. Л.: Наука, 1972.
16. Алексеева И.Ю. Возникновение идеологии информационного общества // Информационное общество. — 1999. — Вып. 1. — С. 30 — 35 / <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/99a40acf200e2915c32568b1002fcb16>
17. Алексеева И.Ю. Возникновение идеологии информационного общества. Распределенная конференция «Технологии информационного общества 98 — Россия» / [www.iis.ru/events/19981130/tselmovich.ru.html](http://www.iis.ru/events/19981130/tselmovich.ru.html)
18. Алексеева И.Ю. Проблема интеллектуального суверенитета в информационном обществе // Информационное общество. — 2001. — Вып. 2. — С.

- 5-9 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/1b9f045b1ae21c9bc3256c4c002fb909>
19. Алешина И. Постиндустриальное общество и международные коммуникации // Международное сотрудничество. — 2000. — № 1 / <http://www.kennan.yar.ru/materials/profi/part2/aleshina.htm>
  20. Американці замінили журналістів комп'ютерами // <http://www.korespondent.net/main/55908/>
  21. Андреев И.Д. Теория как форма организации научного знания. — М., 1979.
  22. Андреева Г.М. Проблемы методологии эмпирического исследования в современной буржуазной социологии: Автореферат дисс. ... филос. наук. — М., 1965.
  23. Андреева Г.М. Современная буржуазная эмпирическая социология: Критический очерк. — М.: Мысль, 1965.
  24. Андрущенко Е.Г. Межличностные каналы и массовая информация // Вопросы философии. — 1971. — № 6.
  25. Анисимов С.В. Человек и машина. — М., 1958.
  26. Анпилогова Л.В. Содержательные задачи информатизации общества // Журналистика в 2005 году: трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве. Сборник материалов научно-практической конференции. — М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В.Ломоносова, 2006. — С. 148-149.
  27. Антипина О.Н., Иноземцев В.А. Постэкономическая революция и глобальные проблемы человечества // Общественные науки и современность. — 1998. — № 4. — С. 162-173.
  28. Антонов К.А. Массовая коммуникация как тип субъектно-объектных отношений // Журналистика в 2005 году: трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве. Сборник материалов научно-практической конференции. — М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В.Ломоносова, 2006. — С. 150-151.
  29. Анурин В.Ф. Постиндустриальное и/или коммунистическое общество // Социологические исследования. — 1999. — № 7. — С. 25-33.
  30. Апель К.О. Трансформация философии. — М., 2001.
  31. Аристотель. Политика. — М., 1911.
  32. Аристотель. Политика. — Минск, 1998.
  33. Аронсон Э., Пратканин Э.Р. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения повседневное использование и злоупотребление. — СПб: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. — 384 с.
  34. Артамонов Г.Т., Кристальный Б.В., Курносов И.Н., Мелюхин И.С., Смолян Г.А., Черешкин Д.С. О концептуальной базе построения в России информационного общества // Информационное общество. — 1999. — Вып. 3. — С. 16 — 19 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/0c001c79100866bacc32568c1003b62d6>
  35. Артемов В. Психология обучения иностранным языкам. — М., 1966.
  36. Афанасьев В.Г. Мир живого: Системность, эволюция и управление. — М., 1986.
  37. Афанасьев В.Г. Системность и общество. — М., 1980.
  38. Афанасьев В.Г. Социальная информация / Рос. АН. — М.: Наука, 1994. — 140 с.
  39. Афанасьев В.Г. Социальная информация и управление обществом. — М., 1975.
  40. Афанасьев В.Г., Урсул А.Д. Социальная информация: (Некоторые методологические аспекты) // Вопросы философии. — 1974. — N 10.
  41. Афанасьев В.Г. Человек в управлении обществом. М., 1977.
  42. Ахмадулин Е.В. Краткий курс теории журналистики: Учебное пособие. — М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: ИЦ «МарТ», 2006. — 272 с.

43. Ачкасова В.А., Чугунов А.В. Концепт глобализации и роль информационных технологий (российский контекст) // Информационное общество. — 2001. — Вып. 1. — С. 17-20 [nethistory.ru/biblio/1042576637.html](http://nethistory.ru/biblio/1042576637.html)
44. Багиров Э. Методологические проблемы изучения средств массовой информации // Телевидение вчера, сегодня, завтра. — М., 1981. — Вып. 1.
45. Баксанский О.Е. Виртуальная реальность и виртуализация реальности // <http://sociologia.iatp.by/stat'i/s205.html>
46. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учебное пособие для студентов вузов. — М.: Аспект Пресс, 2005. — 176 с.
47. Бард А., Зодерквист Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма / Пер. с англ. — СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. — 252 с.
48. Бардин П. Медиа нового времени // <http://www.izvestia.ru/izvestia/addendum/370.html>
49. Барматова С.П. Политика, информация, коммуникация: пространство взаимодействия. — К.: ГАРККиИ, 2009. — 284 с.
50. Барт Р. Мифологии. — М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996.
51. Барт Р. Смерть автора // Избранные работы: семиотика, поэтика. — М., 1989. — С. 384-291.
52. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологических исследований: Учебник для студентов гуманитарных вузов и аспирантов. — М., 1995. — 277 с.
53. Баум А. Теорії дії // Вайшенберг З. Журналістика та медіа: Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / Перекл. з нім. П.Демешко та К.Максєв; За загал. ред. В.Ф.Іванова та О.В.Волошенюк. — К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. — С. 469-473.
54. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества / Пер. с англ. — М.: Весь Мир, [http://vesmirbooks.ru/index.html?url=\\_1\\_3\\_6&sid=2004](http://vesmirbooks.ru/index.html?url=_1_3_6&sid=2004). — 188 с.
55. Бачило И.Л. Потенциал законодательства в процессах становления информационного общества // Информационное общество. — 1999. — Вып. 3. — С. 40 — 45 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/42a20a4e51c46860c32568c40043ef9f>
56. Башук А.І. Інформаційна політика: Навчальний посібник. — Ч. 1. — К.: Вид-во ІЖ КНУ ім. Т.Шевченка, 2007. — 90 с.
57. Бедрик Р. Общество «демократического неучастия» // <http://www.telekritika.kiev.ua/tvweek/?id=11215>
58. Беззуб'як М.Й. Дослідження політичних відносин методом контент-аналізу: Автореферат дис. ... канд. політ. наук. — К., 2002. — 18 с.
59. Беккер Г., Босков А. Современная социологическая теория: (В ее преемственности и изменении) / Пер. с англ. В.М. Корзинкина и Ю.В. Семенова. Об. ред. Д.И. Чеснокова. — М.: Изд-во иностран. лит-ры, 1961.
60. Белинская Е.П. Человек в информационном мире // Перспективы социальной психологии. — М.: АспектПресс, 2002. <http://psynet.by.ru/texts/bel3.htm>
61. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. — М., 1999.
62. Белл Д. Прихід постіндустріального суспільства // Сучасна зарубіжна соціальна філософія. — К., 1996. — С.194-251.
63. Белл Д. Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе / Под ред. П. С. Гуревича. М.: Прогресс, 1986. — С. 330-335. <http://nethistory.ru/biblio/1043172230.html>
64. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. — М.: Медиум, 1996.
65. Берг А.И., Черняк Ю.И. Информация и управление. М., 1960.
66. Бергер П., Лукман К. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / Пер. с англ. Е.Руткевич. — М., 1995.

67. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. — М.: «РИП-холдинг», 2003. — 174 с.
68. Березин В.М. Теория массовой коммуникации. — М., 1996.
69. Берестовская Д.С. Глобализация и культура // Культура народов Причерноморья. — Симферополь: Межвузовский центр «Крым», 2003. — №46. — С. 100-102.
70. Берлин М. Пособие по преподаванию журналистской этики // [pri.iip.net/forjour/vbibl.htm](http://pri.iip.net/forjour/vbibl.htm)
71. Бернал Дж. Наука в истории общества. — М., 1956.
72. Бершов О. Рейтингові методики наукових досліджень у сфері радіо й телебачення США // Актуальні питання масової комунікації. — 2002. — Вип. 3. — Ч. 1. — С. 29-33.
73. Бжезинский З. Великая шахматная доска / Перевод О. Ю. Уральской. — М.: Междунар. отношения, 1998. <http://www.rus-sky.org/history/library/bzhezins.htm>
74. Бирюков Б.В. Кибернетика и методология науки. — М.: Наука, 1974.
75. Бирюков Н.С. Буржуазное телевидение и его доктрины. — М.: Мысль, 1977. — 278 с.
76. Бистрицкий Є. Протодемократія та культурнополітичні трансформації в Україні // Проблеми становлення демократії в Україні. — К., 1995.
77. Блюменберг Г. Світ як книга / Пер. з нім. В.Єрмоленка. — К.: Лібра, 2005. — 544 с.
78. Богомолова Н.Н. Массовая коммуникация и общение. — М., 1988.
79. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. — М., 1991. — 127 с.
80. Бодрийяр Ж. Симулякри і симуляція / Пер. з франц. В.Ховхуна. — К.: Основи, 2004.
81. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального / Пер. с франц. Н.В.Суслова. — Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2000.
82. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа // S/Λ'98. Поэтика и политика. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. □ М.: Институт экспериментальной социологии, СПб.: Алетейя, 1999. □ С. 193-226.
83. Бодрийяр Ж. Система вещей. — М., 1995.
84. Бодрийяр Жан // Философия: Энциклопедический словарь / Под ред. А.А. Ивина. — М.: Гардарики, 2004. — 1072 с. <http://ariom.ru/wiki/>
85. Болдачев А. К парадигме глобального эволюционизма // <http://piramyd.express.ru/disput/boldatchev/ge/index.html>
86. Большой энциклопедический словарь. — М., 1997.
87. Бонгард М.М. О понятии «полезная информация». — М., 1970.
88. Бонгард М.М. Проблема узнавания. — М., 1967.
89. Бондаренко С.В. Информационная стратификация в информационном обществе // Информационное общество. — 2000. — Вып. 6. — С. 33 — 39 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/68256a80637d96e0c3256a33003bf088>
90. Бондаренко С.В. Информационное общество для всех — информационное общество для каждого человека в отдельности // Информационное общество. — 2001. — Вып. 1. — С. 34-36 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/1c824d55a77e37ffc3256c010029441c>
91. Боров В.Ю. Аудио-визуальные средства в структуре массовой коммуникации: (К синхронно-диахронному анализу художественно-коммуникативных систем): Автореферат дисс. ... канд. искусствоведения: 17.00.03. — М., 1976.

92. Боров В.Ю., Коваленко А.В. Культура и массовая коммуникация / Отв. ред. А.И.Арнольд; АН СССР. Ин-т философии. — М.: Наука, 1986. — 301 с.
93. Бориснёв С.В. Социология коммуникации: Учебное пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 270 с.
94. Борисов В. Социально-политические особенности информационного общества // <http://socarchive.narod.ru/rasn/proba402.htm>
95. Борисов Н.В., Чугунов А.В. Интернет и развитие социальных технологий информационного общества в России // Информационное общество. — 2001. — Вып. 1. — С. 8-15 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/13f7bddd0f4f57f6c3256b5e0032eef2>
96. Бонфаделлі Г. Вплив медіа // Вайшенберг З. Журналістика та медіа: Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / Перекл. з нім. П.Демешко та К.Макеев; За загал. ред. В.Ф.Іванова та О.В.Волошенко. — К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. — С. 58-65.
97. Бофаделлі Г., Геттеншвілер В. Методи дослідження емпіричної публіцистичної науки // Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження / За ред. Р.Блюма, М.Герольд, В.Іванова, В.Різуна. — К., 2001. — С. 254-285.
98. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ: Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. — 432 с.
99. Брамс А. Intel готов содействовать инфомрационному развитию Украины // Агентство Интернет Новостей 18.12.2000 // [www.ain.com.ua,km](http://www.ain.com.ua,km)
100. Братко А.А., Кочергин А.Н. Информация и психика. Новосибирск, 1977.
101. Буданцев Ю.П. В контексте жизни. — М., 1979.
102. Буданцев Ю.П. Очерки некоммуникологии. — М., 1995.
103. Буданцев Ю.П. Парадигма массовой коммуникации. — М., 2001.
104. Буданцев Ю.П. Системность в изучении массовых информационных процессов. — М.: Изд-во Ун-та дружбы народов, 1986.
105. Буюева А.П. Общественные отношения и общение // Проблемы общения и воспитания. — Тарту, 1974.
106. Бузгалин А.В. «Постиндустриальное общество» — тупиковая ветвь социального развития? // Вопросы философии. — 2002. — № 5. — С. 26-39.
107. Бурдые П. О телевидении и журналистике / Пер. с франц. Т.В.Анисимовой и Ю.В.Марковой. Отв. ред. Н.А.Шматко. — М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры, Институт экспериментальной социологии, 2002. — 159 с.
108. Бурдые П. Общественное мнение не существует // Социология политики. — М., 1993. — 161-177.
109. Бурый-Шмарьян О.Е. Непотребители информации (Причины их появления, категории, характеристики) // Проблемы информационного обеспечения фундаментальных и прикладных научных исследований. — Ч. 1. — М., 1983. — С. 37-89.
110. Ваганова О.В. Роль засобів масової комунікації у процесі глобалізації: Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук. — Київ, 2003.
111. Вайшенберг З. Викривальна журналістика: політична необхідність та етична проблематика // Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження / За ред. Р.Блюма, М.Герольд, В.Іванова, В.Різуна. — К., 2001. — С. 206-223.
112. Вайшенберг З. Журналістика та медіа: Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / Перекл. з нім. П.Демешко та К.Макеев; За загал. ред. В.Ф.Іванова та О.В.Волошенко. — К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. — 529 с.

113. Вартанова Е.А. Информационное общество в стратегии Европейского Союза // Законодательство и практика средств массовой информации. — 1998. — № 3. — С. 2-8.
114. Вартанова Е.А. К чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество. — 1999. — Вып. 5. — С. 11 — 14 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/b59df6463a315de4c32568fd0038da32>
115. Вартанова Е. Национальные модели информационного общества. — М., 2005. — 412 с.
116. Вартанова Е.А. Новые проблемы и приоритеты цифровой эпохи // Информационное общество. — 2001. — Вып. 3. — С. 50 — 56 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/f38eef99ab1afe94c3256b5100279108>
117. Василик М.А. Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации // Актуальные проблемы теории коммуникации: Сборник научных трудов. — СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. — С. 4-11 [http://www.russcomm.ru/gca\\_biblio/v/vasilik.shtml](http://www.russcomm.ru/gca_biblio/v/vasilik.shtml)
118. Василькова В.В., Демидова И.Д. Социология коммуникаций — дисциплинарный статус и методологические очертания // Социология и общество. Тез. Перв. Всерос. социол. конгр. «Общество и социология: новые реалии и новые идеи». — СПб.: Изд-во «Скифия», 2000.
119. Ващенко Н.П., Абрамов Ю.Ф. Информационная деятельность и мировоззрение / Под ред. А.Д.Урсула. — Иркутск, 1990. — 332 с.
120. Ващенко Н.П., Мунтян М.А., Урсул А.Д. Постиндустриальное общество как концепция новой глобальной цивилизации // [http://www.nasledie.ru/global/17\\_1/postobsh/04.html](http://www.nasledie.ru/global/17_1/postobsh/04.html)
121. Вейнгольд Ю. О социальной воле и социальной коммуникации // Философско-психологические проблемы коммуникации. — Фрунзе: Илим, 1971.
122. Верховская А.И. Социологические методы работы с читательской почтой: Лекции. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. — 79 с.
123. Вершинская О.Н. Существующие модели построения информационного общества // Информационное общество. — 1999. — Вып. 3. — С. 53-58 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/1f41ce7df933b2dfc32568c50027cde3>
124. Винер Н. Кибернетика. — М.: Советское радио, 1968.
125. Винер Н. Кибернетика и общество / Перевод Е.Г. Панфилова; Общая редакция и предисловие Э.Я. Кольмана. — М.: Издательство иностранной литературы, 1958.
126. Винер Н. Кибернетика или Управление и связь в животном и машине. — М., Сов. радио, 1958. <http://grachev62.narod.ru/Cybern/contents.htm>
127. Винер Н. Я математик. — М., 1964.
128. Вісник Київського міжнародного університету. Журналістика. Медіалінгвістика. Кінотелемистецтво. — Вип. 1. — К.: КиМУ, 2002. — С. 5-13.
129. Вісс В. Які зміни дають результат з інформаційного суспільства для журналістики // Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження / За ред. Р.Блюма, М.Герольд, В.Іванова, В.Різуна. — К., 2001. — С. 243-253.
130. Владимиров В.М. Журналістика, особа, суспільство: проблема розуміння: Монографія / Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. — К.: Б.в., 2003. — 220 с.
131. Владимиров В.М. Хаос — Розуміння — Масова комунікація: Монографія. — К.: КиМУ, 2006. — 366 с.
132. Власов Ю.М. Пропаганда за фасадом новостей: (Информационные материалы на службе американской пропаганды). М.: Изд-во Москов. ун-та, 1976.
133. Вознесенська О. Політичний текст і електоральна поведінка населення // Соціальна психологія. — 2004. — № 5 (7). — С. 79-89.



134. Волков А.Г. Об актуальных проблемах средств массового воздействия (СМВ) и средств массовых коммуникаций (СМК) // Предмет семиотики: теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовой коммуникации: Материалы научного симпозиума «Семиотика средств массовой коммуникации». Москва, 20-23 ноября 1974 г. / Отв. ред. А.Г.Волков. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1975. — С. 6-21.
135. Волков А.Г. Семиотика в системе средств массовых коммуникаций // Семиотика средств массовой коммуникации: Науч. семинар. — М.: Изд-во Моск. ун-та. — Ч. 1. — 1973.
136. Волков А.Г., Хабаров И.А. Семиотика и общество // Материалы научного семинара «Семиотика средств массовой коммуникации». — Ч. 1. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1973. — С. 17-30.
137. Волович В.И. Определение надежности документальной информации // Вопросы методики и техники социологических исследований. — М.: ИСИ АН СССР, 1975.
138. Волович В.И. Надежность информации в социологических исследованиях: Проблемы методологии и методики. — К.: Наукова думка, 1974. — 135 с.
139. Волович В.И. Проблема надежности эмпирических данных в социологическом исследовании: Автореферат дисс. ... канд. филос. наук. — К., 1973.
140. Володина Л.В. Эстетика «коммуникативного действия» Ю. Хабермаса // Эстетика сегодня: состояние, перспективы. Материалы научной конференции. 20-21 октября 1999 г. Тезисы докладов и выступлений. — СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 1999. — С.25-27. [http://anthropology.ru/ru/texts/volodina/aestt\\_08.html](http://anthropology.ru/ru/texts/volodina/aestt_08.html)
141. Волокитин А. В., Кристальный Б. В., Черешкин Д. С. Россия: от информатизации — к информационному обществу // Информационное общество. — 1999. — Вып. 3. - С. 12-15.
142. Волокитин А.В., Курносов И.Н. Роль государства в развитии информационного общества // Информационное общество. — 2000. — Вып. 1. — С. 8 — 11 / <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/256b89dc9f81bbb0c32569ab003a9036>
143. Вооглайд Ю. Опыт социологического и социально-психологического исследования структуры читательской аудитории городской и районной газеты: Автореферат дисс. ... канд. филос. наук. — М., 1970.
144. Вопросы методики и техники социологических исследований (Методы сбора информации). — М.: ИСИ АН СССР, 1975.
145. Ворожко Т. Засоби масової інформації і зовнішня політика // Держава та регіони. — Серія: Гуманітарні науки. — 2007. — № 1. — С. 82-84.
146. Ворожцов В.П., Москаленко А.Т. Методологические установки ученого: Природа и функции. — Новосибирск, 1986.
147. Воронцов Ю.В. К вопросу о структуре коммуникационного потока // Предмет семиотики: теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовой коммуникации: Материалы научного симпозиума «Семиотика средств массовой коммуникации». Москва, 20-23 ноября 1974 г. / Отв. ред. А.Г.Волков. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1975. — С. 22-35.
148. Всемирная встреча на высшем уровне по информационному обществу Женева 2003 — Тунис 2005 // Информационное общество. — 2002. — Вып. 1. — С. 110-116 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/bb34f53dac8b7389c3256d5700421d17>
149. Гайденок П.П. Человек и история в экзистенциальной философии Карла Ясперса // Ясперс К. Смысл и назначение истории / Пер. с нем.- М.: Политиздат, 1991.-527 с. (Мыслители XX в.). — С.5-26.
150. Галиаскаров В. Понятие коммуникации в философии Карла Ясперса // Философско-психологические проблемы коммуникации. — Фрунзе: Илим, 1971.

151. Галлін Д.С., Манчіні П. Сучасні медіа системи: три моделі відносин ЗМІ та політики / Пер. з англ. О.Насика. — К.: Наука, 2008. — 320 с.
152. Ганчев Д. Изучение и формирование общественного мнения. — М.: Мысль, 1983.
153. Гейтс Б. Дорога в будущее <http://www.kgtu.runnet.ru/E-Library/RoadInFuture/cover.htm>
154. Гелд Д., Мак-Грю Е. Глобалізація / Антиглобалізація / Пер. з англ. І.Андрущенко. — К: К.І.С., 2004. — 180 с.
155. Гелюта А.М., Янкова З.А. Официальные и личные документы в социологическом анализе // Социальные исследования. — Вып. 7. Методологические проблемы исследования быта. — М.: Наука, 1971.
156. Герман К. Политические перемены при движении к глобальному информационному обществу // Социологические исследования. — 1998. — № 2. — С. 67-78.
157. Гидденс А. Опосредование опыта // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — С. 169-173.
158. Гидденс Э. Социология: Изд. 2. — М.: Едиториал УРСС, 2005. — 632 с.
159. Гіденс Е. Нестримний світ: як глобалізація перетворює наше життя. — К.: Альтерпрес, 2004. — 100 с.
160. Гілпін Р. Проблеми глобального капіталізму: Світова економіка в XXI столітті / Пер. з англ. С.І.Фатія. — Харків: Каравела, 2004. — 360 с.
161. Глоба Т.А. Буржуазная социология массовых коммуникаций: Критический анализ: Автореферат дисс. ... канд. филос. наук: 620 / Урал. ун-т. — Свердловск, 1969.
162. Глобализация и моделирование социальной динамики / Э.Р.Григорьян, М.А.Мунтян и М.А. Сафонова — М.: Институт социальных наук, 2001.
163. Глобализм и антиглобализм: многообразие в единстве / Век информации. Международный постоянно действующий научно-практический семинар. Сборник статей / Ред.-сост. С.А.Михайлов. — СПб.: «Роза мира», 2002. — 212 с.
164. Глоссарий по информационному обществу // [www.iis.ru/glossary/cyberspace.en.html](http://www.iis.ru/glossary/cyberspace.en.html)
165. Глушков В.М. О кибернетике как науке // Кибернетика, мышление, жизнь. — М., 1964.
166. Глюксман А. Одинадцата заповідь. — К., 1994. — 288 с.
167. Гол Д. Онлайн-журналістика / Пер. з англ. — К.: «К.І.С.», 2005. — 344 с.
168. Голобуцкий А., Шевчук О. Судный век. Информатизация, глобализация, терроризм и ближайшее будущее человечества // <http://golob.narod.ru/sudvek.html>
169. Голобуцкий А. Информационное общество и Украина <http://www.e-ukraine.org.ua>
170. Головки Б.А. Інформаційна соціологія // Наукові записки Київського національного університету імені Тараса Шевченка. — Том V. — Факультет соціології та психології. Інститут журналістики. — С. 23-30.
171. Голофаст В.Б. Социологический метод // Социология: Словарь-справочник. Т. 4. Социологическое исследование: Методы, методика, математика и статистика. — М.: Наука, 1991.
172. Гольшко А. Информационное общество: О чем мы могли бы подозревать, но не решались спросить // [http://www.sotovik.ru/library/analit\\_139.htm](http://www.sotovik.ru/library/analit_139.htm)
173. Голядкин Н.А. Анализ аудитории: Учебное пособие для менеджеров телевидения и радио. М., 2000. — 39 с.
174. Гончаров А.И. Возможна ли гибель массовой коммуникации // Журналистика в 2005 году: трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве. Сборник материалов научно-практической кон-

- ференции. — М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В.Ломоносова, 2006. — С. 154-155.
175. Горный Е. История информации в кратком изложении // Русский Журнал. — 2001. — 30 августа. <http://www.zhurnal.ru/staff/gornyy/texts/information.html>
- 175а. Городенко Л. Теорія мережевої комунікації / Л. Городенко. — К.: АУП, 2011. — 387 с.
176. Городецька І.В. Глобалізаційні тенденції в інформаційній сфері: Реферат. Київ, 2005. — 42 с. Рукопис.
177. ГОСТ 16487-83. Делопроизводство и архивное дело: Термины и определения. — М.: Изд-во стандартов, 1984.
178. Гоуайзер Ш., Уитт Э. Путеводитель журналиста по опросам общественного мнения. — М.: «Вагриус», 1997. — 207 с.
179. Грачев В.И. Путь к созданию социально-коммуникационной теории // [http://www.gpntb.ru/win/ntb/ntb97/7/f7\\_05.html](http://www.gpntb.ru/win/ntb/ntb97/7/f7_05.html)
180. Гречихин В.Г. Лекции по методике и технике социологических исследований: Учеб. пособие. — М.: Изд-во МГУ, 1988.
181. Гриценко О.М. Мас-медіа у відкритому інформаційному суспільстві й гуманістичні цінності: Монографія. К.: ВПЦ «Київський університет», 2002. — 204 с.
182. Гриценко О.М., Шкляр В.І. Основи теорії міжнародної журналістики. — К.: ВПЦ «Київський університет», 2002. — 304 с.
183. Грудзинская Е.Г. Глобальные и национальные аспекты деятельности СМК в информационном обществе // Журналистика в 2005 году: трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве. Сборник материалов научно-практической конференции. — М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В.Ломоносова, 2006. — С. 14-16.
184. Грушин Б.А. Мнения о мире и мир мнений: Проблемы методологии исследования общественного мнения. — М.: Политиздат, 1967. — 400 с.
185. Грушин Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. — М.: Знание, 1979.
186. Гуревич К.М. Валидность методик в социальных науках // Социология: Словарь-справочник. Т. 4. Социологическое исследование: Методы, методика, математика и статистика. — М.: Наука, 1991. — С. 22-24.
187. Гусейнов А.А., Апресян Р.Г. Этика. — 1998.
188. Гусейнов А.А., Иррилиц Г. Краткая история этики. — М., 1987.
189. Гутман С. Образование в информационном обществе. — С.-Пб.: Изд-во «Российская национальная библиотека», 2004. — 96 с.
190. Гьомберг В. Комунікація // Вайшенберг З. Журналістика та медіа: Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / Перекл. з нім. П.Демешко та К.Макеев; За загал. ред. В.Ф.Іванова та О.В.Волошенюк. — К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. — С. 194-201.
191. Давыдов Ю.Н. Критика социально-философских воззрений Франкфуртской школы. — М.: Наука, 1977.
192. Даниленко Н. Засоби масової комунікації і політична соціалізація особистості // Соціальна психологія. — 2004. — № 4 (6). — С. 61-70.
193. Декарт Р. Избр. произв. — М., 1950.
194. Делёз Ж. Переговоры. 1972-1990 / Перевод с французского В. Ю. Быстрова. — Санкт-Петербург: «Наука», 2004. — 232 с.
195. Демченко В.Д. Сучасна полеміка навколо сутності інформаційного суспільства та його етичних аспектів // Вісник Дніпропетровського університету. — 2006. — № 1. — С. 13-16.
196. Демченко С.В. Медіаполітична система в сучасній Україні (інтегрована комунікаційна модель): Автореферат дис. ... канд. політ. наук. — Дніпропетровськ, 2004. — 18 с.

197. Деррида Жак // *Философия: Энциклопедический словарь* / Под ред. А.А. Ивина. — М.: Гардарики, 2004. — 1072 с. <http://arion.ru/wiki/>
198. Джон К.Дж. Вперед к обществу знания в Малайзии: видение и стратегии // *Информационное общество*. — 2002. — Вып. 1. — С. 21-26 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/BD1F538279A732E2C3256D5700419CAB>
199. Джонсон Н. Как реагировать на телевизор // *США. экономика, идеология, политика*. — 1971. — N 1.
200. Дмитриев Е.И. Социология журналистики: Конспект лекций. — Мн.: БГУ, 2001. — 150 с.
201. Добров Г.М., Коренной А.А. Наука: информация и управление: (Информационные проблемы управления наукой). — М., 1977.
202. Додонов О. Г., Горбачик О. С., Кузнецова М. Г. Інформаційне суспільство: технології та безпека // <http://www.niss.gov.ua/politic/projects/vidr/dodonov.html>
203. Докторов Б.З. К обоснованию равня надежности социологических исследований массовой коммуникации // *Материалы межреспубликанской научной конференции «Современные методы исследования средств массовой коммуникации»*, Таллин, 29-30 сентября 1980 / Редколл.: Трикель И. и др.; Секция массовых коммуникаций Прибалтийского отделения ССА, Гостелерадио ЭССР. — Таллин: Периодика, 1983. — С. 18-27.
204. Докторов Б.З. О надежности измерения социологических показателей на примере изучения потребления телеинформации // *Массовая коммуникация в социалистическом обществе*. — Л.: Наука, 1979. — С. 130-148.
205. Долныкова Р.Н. Методология и методика прогнозирования внешней политики несоциалистических государств: Опыт системной организации понятий. — М., 1986.
206. Донсбах В. Зміст, використання та вплив політичної комунікації // *Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження* / За ред. Р.Блюма, М.Герольд, В.Іванова, В.Різуна. — К., 2001. — С. 144-176.
207. Дорошевич М.В. Архитектура сети и информационное общество // *Всероссийская научная конференция «Электронное правительство в информационном обществе: теория и практика»* <http://ims2002.nw.ru/02-rGOVf09.html>
208. Дракер П. Посткапиталистическое общество // *Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология* / Под ред. В.Л. Иноземцева. — М.: Academia, 1990.
209. Дракер П. Посткапиталистическое общество. — СПб., 1999.
210. Дридзе Т.М. Организация и методы лингвосоциологического исследования массовой коммуникации: Учеб. пособие-практикум. — М.: Изд-во МГУ, 1979.
211. Дридзе Т.М. Проблемы чтения в свете информативно-целевого подхода к анализу текста // *Проблемы социологии и психологии чтения*. — М.: Книга, 1975.
212. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. — М., 1984.
213. Дридзе Т.М. Язык информации и язык реципиента как факторы информированности // *Речевое воздействие. Проблемы прикладной психолингвистики*. — М., 1972.
214. Дрожжинов В., Широков Ф. Европейский путь построения информационного общества // *PC Week*. — 1998. — 1 дек. <http://pcweek.ru/year1998/n47/cp1251/reviews/chapt1.htm>
215. Дрожжинов В., Штрик А. Проблема цифрового расслоения общества // *PCWeek*. — 2000. — № 43. <http://www.pcweek.ru/Year2000/N43/CP1251/Strategy/chapt2.htm>

216. Дубас О. а Інформаційний розвиток сучасної України у світовому аспекті: політологічний аналіз: Дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02. — К., 2004. — 235 с.
217. Дубас О.П. б Інформаційний розвиток сучасної України у світовому контексті: Монографія. — К.: Генеза, 2004.
218. Дубровский Д.И. Идеальное как информация, непосредственно «данная» личности // Управление, информация, интеллект. — М., 1976.
219. Дубровский Е.Н. Информационно-обменные процессы — факторы социального развития (Редакция 1999 г.) // Хрестоматия по информатике / Юдаев А.В. (сост.) <http://www.i-u.ru/biblio/archive/noname%5Fhrestpointinf>
220. Дуцик Д. Політична журналістика. — К.: Вид. дім «Києво-Могилянська акад.», 2005. — 138 с.
221. Дэннис Э., Мэррилл Д. Беседы о масс-медиа. — М.: Варриус, 1997. — 383 с.
222. Дянков Б. О формально-логических методах описания семантики естественного языка как универсального средства массовой информации // Семантика средств массовой коммуникации: Науч. семинар: В 2-х ч. — М.: Изд-во Моск. ун-та. — Ч. 2. — 1973. — С. 55-66.
223. Дятлов С.А. Принципы информационного общества // Информационное общество. — 2000. — Вып. 2. — С. 77 — 85 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/34a0170934d95e29c32569e5004d6643>
224. Егорова А.Г. Роль СМИ в условиях информационной глобализации // Коммуникации в современном мире / Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Воронеж, 13—15 мая 2002 г. / Под ред. проф. В.В. Тулупова. — Воронеж, 2002. — С. 18-19.
225. Елчанинова О.В. Роль социальной информации и математических методов в выработке управленческих решений // Научное управление обществом. — Вып. 3. — М., 1969.
226. Емелин В. Информационные технологии в контексте постмодернистской философии: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук [http://www.geocities.com/emelin\\_vadim/abstract.htm](http://www.geocities.com/emelin_vadim/abstract.htm)
227. Емельянов Г.В., Лепский В.Е., Стрельцов А.А. Проблемы обеспечения информационно-психологической безопасности России // Информационное общество. — 1999. — Вып. 3. — С. 47 — 51.
228. Емельянов Г.В., Стрельцов А.А. Проблемы обеспечения безопасности информационного общества // Информационное общество. — 1999. — Вып. 2. — С. 15-17 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/36cd0b938767a524c32568bd003ffe23>
229. Енциклопедія кібернетики. У 2-х т. — К.: Головна редакція УРЕ, 1973.
230. Еріксен Т.Г. Тиранія моменту: Швидкий і повільний час в інформаційну добу / Пер. з англ. В.Дмитрука. — Львів: Кальварія, 2004. — 196 с.
231. Еркин А.Г. Методика как средство научного познания: Автореферат дисс. ... канд. филос. наук. — Л., 1985.
232. Ершова Т.В. Информационное общество и развитие России // Информационное общество. — 2001. — Вып. 2. — С. 42-44 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/84fdcf122620bf51c3256c4d0055e35f>
233. Ершова Т. В. Российский опыт интеграции в информационное общество // Информационное общество. — 1999. — Вып. 1. — С. 16 — 19 // <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/326fdbe4462b4ae0c32568ac004fa1f2>
234. Эссер Ф. Модель «стимул — реакция» // Вайшенберг З. Журналистика та медіа: Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / Перекл. з нім. П.Демешко та К.Макеев; За загал. ред. В.Ф.Іванова та О.В.Волошенюк. — К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. — С. 318-320.

235. Єрмоленко А.М. Комунікативна практична філософія: Підручник. — К.: Лібра, 1999. — 488 с.
236. Жабский М.И. Социология кино: истоки, предмет, перспективы. — М.: Знание, 1989.
237. Жугай В. «Преса думок» в українському медіа-просторі // Актуальні проблеми журналістики: Збірник наукових праць. — Ужгород: МП «Ліра», 2001. — С. 73-77.
238. Жуков Н.И. Информационная философия: философский анализ центрального понятия кибернетики. — Мн., 1966.
239. Журавлева Е.Ю. Глобальная информационная компьютерная сеть Интернет: проблемы становления и развития (социально-философский анализ): Дисс. ... канд. филос. наук. — Вологда, 2002. — 143 с.
240. Журналістика — 2005: на скриваванні часу і прастори: Матэрыялы 7-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. — Вып. 7. — Мінск, 2005. — 291 с.
241. Завгородня Л.В. Стереотипи породження та сприймання журналістського твору (на матеріалі газетних текстів): Автореферат дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08 — журналістика / Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. — К., 2003.
242. Закон Украины «Об основных принципах развития информационного общества в Украине на 2007-2015 годы». 9 января 2007 года № 537-У.
243. Засурский И.И. Мас-медиа второй республики. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. — 272 с.
244. Засурский Я.Н. Информационное общество в рамках международного сотрудничества // Информационное общество. — 2000. — Вып. 1. — С. 59-62 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/eaba47e431ab2136c32569ae002cebd2>
245. Засурский Я.Н. а Информационное общество, Интернет и новые средства массовой информации // Информационное общество. — 2001. — Вып. 2. — С. 24-27 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/7f14c5ca2cb3d0d2c3256c4c003c5335>
246. Засурский Я.Н. Информационное общество и средства массовой информации // Информационное общество. — 1999. — Вып. 1. — С. 36-40 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/8237275cd12d039fc32568b10037d11e>
247. Засурский Я.Н. б Информационное общество сегодня и завтра // Информационное общество. — 2001. — Вып. 3. — С. 57 — 58 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/08add3b7753aa00c3256b510029b0ac>
248. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент. — СПб., 1997.
249. Згуровський М. Шлях до інформаційного суспільства — шлях від Женеви до Тунісу // Дзеркало тижня. — 2005. — № 34 (562).
250. Здорова В.Й. Вступ до журналістики. — Львів, 1994.
251. Здорова В. Інформація? Комунікація? Пропаганда? // <http://mediakrytyka.info/?view=135>
252. Здорова В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. — 2-ге вид., перероб. і допов. — Львів: ПАІС, 2004. — 268 с.
253. Здравомыслов А.Г. Методология и процедура социологических исследований. — М.: Мысль, 1969. — 205 с.
254. Землянова Л.М. а Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. — 301 с.
255. Землянова Л.М. Процессы глобализации, локализации и модернизации медиасистем // Журналистика в 2005 году: трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве. Сборник материалов научно-практической конференции. — М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В.Ломоносова, 2006. — С. 18-19.

256. Землянова Л.М. в Сетевое общество, информационализм и виртуальная культура // Вестник Московского университета, Серия 10, «Журналистика» — N 2. — 1999. — С. 58-69 <http://nethistory.ru/biblio/1043175013.html>
257. Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика. Теоретические концепции, проблемы, прогнозы. — М., 1995.
258. Зернецкая О.В. Глобализация информационных процессов и вопросы информационной безопасности // Белорус О.Г., Лукьяненко Д.Г., Гончаренко М.О. и др. Глобализация и безопасность развития. — К.: КНЭУ, 2002. — С. 704-736.
259. Зернецка О.В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини / НАН України. Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. — К.: Освіта, 1999. — 351 с.
260. Зернецка О. В. Нові засоби масової комунікації. — К., 1993. — 130 с.
261. Зернецка О., Зернецький П. PR-маніпуляційний вплив: Комунікативна теорія і практика // Політичний менеджмент. — 2003. — № 3.
262. Зиборовіч С. Мас-медіа та ідея свободи // Українська журналістика в контексті світової: Зб. наук. праць. — Вип. 5. — К., 2001.
263. Зильберт Б.А. Социопсихолінгвістическое исследование текстов радио, телевидения, газеты / Под ред. В.Г.Костомарова. — Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1986. — 211 с.
264. Зиновьев А. А. Запад. Феномен западнизма. — М., 1995.
265. Зотов И. Структура научного мышления. — М., 1973.
266. Зотова Н.А., Анианионис Г.П. Глобальный мир: единый и разделенный. Эволюция теорий глобализации. — М.: Международные отношения, 2005. — 676 с.
267. Зражевська Н.І. а Засоби масових комунікацій як фактор зміни сприйняття світу // Вісник Дніпропетровського університету. — 2006. — № 1. — С. 22-27.
268. Зражевська Н.І. в Масова комунікація і культура: Лекції. — Черкаси: Брама-Україна, 2006. — 172 с.
269. Зятницький В.А. Инфосфера // [http://amani.ru/moiseev/zyat\\_ifo.htm](http://amani.ru/moiseev/zyat_ifo.htm)
270. Ибрагимова Р. О происхождении и развитии социальной коммуникации // Философско-психологические проблемы коммуникации. — Фрунзе: Илим, 1971.
271. Иванов В.Ф. Соціологія і журналістика: Тексти лекцій. — К.: Навч.-видавн. центр Ін-ту журналістики, 1994.
272. Иванов Д. Виртуализация общества. — СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2000. — 96 с. <http://ivanov-dv.viv.ru/cont/virtual/1.html>
273. Иванов Д.В. а Идея информационного общества и Internet <http://www.soc.ru.ru/persons/dvi/internet.htm>
274. Иванов Д.В. в Феномен компьютеризации как социологическая проблема. Информационное общество: фантом постиндустриальной эры // <http://www.follow.ru/article/117>
275. Иванова Е.А. Возможные модели развития массовых коммуникаций // Коммуникация в современном мире: Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации». Воронеж, 11—12 мая 2005 г. / Под ред. проф. В.В. Тулупова. — Воронеж, 2005. — С. 83-85.
276. Иващенко Г.В., Науменко Т.В. Массовая информация // <http://www.ogengburg.ru/culture/credo/21/ivashenko.html>
277. Иващенко Г. В., Науменко Т. В. Философские проблемы теории журналистики как область исследований // [http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b\\_id=457](http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=457)
278. Ингелгарт Р. Культурный сдвиг в зрелом индустриальном обществе // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. — М.: Academia, 2000.

279. Иноземцев В. а Глобализация: Иллюзии и реальность // Свободная мысль — XXI. — 2000. — №1. — С.26-36.
280. Иноземцев В.А. б Глобализация: наивная мечта XX века // Финансист. — 2000. — № 5. — С. 41–43.
281. Иноземцев В.А. За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире / Под ред. А.И. Антипова.- 1998.- 640 с.
282. Иноземцев В.А. К теории постэкономической общественной формации: Тексты 1986-1991 г. / Под общ. ред. А. И. Антипова. Испр. и перераб. М. : Таурус, 1995. — 332 с.
283. Иноземцев В.А. Концепция постэкономического общества <http://www.nir.ru/sj/sj/4inoz.htm>
284. Иноземцев В.А. с Перспективы постиндустриальной теории в меняющемся мире // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.А. Иноземцева. — М.: Academia, 2000. [http://school-collection.informika.ru/dlrstore/7AFA4E09-0A01-0357-0089-8587E56C8A54/%5BCIVSall1011\\_10-03-12-U2%5D\\_%5BTS\\_98%5D.html](http://school-collection.informika.ru/dlrstore/7AFA4E09-0A01-0357-0089-8587E56C8A54/%5BCIVSall1011_10-03-12-U2%5D_%5BTS_98%5D.html)
285. Иноземцев В.А. Постиндустриальное хозяйство и «постиндустриальное» общество (К проблеме социальных тенденций XXI века) // Общественные науки и современность. — 2001. — № 3. — С. 140-152.
286. Иноземцев В.А. d Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. — Москва: «Логос», 2000. — 304 с.
287. Иноземцев В.А. Теория постиндустриального общества как методологическая парадигма российского обществоведения // Вопросы философии. — 1997. — № 10. — С. 29-44.
288. Информационное Общество: (Обобщающий документ, представленный Международной Федерацией Журналистов) // <http://www.ru-j.ru/unecom2.htm>
289. Информационное общество и демократия. — <http://www.iatp.org.ua/cen/libr/kuzmenko.html>
290. Информация когнитивная // Философия: Энциклопедический словарь / Под ред. А.А. Ивина. — М.: Гардарики, 2004. — 1072 с. <http://arion.ru/wiki/FJeS>
291. Иосифян С.А. Телевидение и зритель: Учеб. пособие. — М.: ВГИК, 1975.
292. Йенсен Р. Общество мечты: Как грядущий сдвиг от информации к воображению преобразит ваш бизнес. — СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2002.
293. Каган М.С. Общение как философская проблема // Философские науки. — 1975. — № 5.
294. Каган М.С. Человеческая деятельность: (Опыт системного анализа). — М., 1974.
295. Как провести социологическое исследование / Под ред. М.К.Горшкова, Ф.Э.Шереги. — М.: Политиздат, 1990.
296. Капелюшный Л. Жертвна кров: Дайжест-дослідження. — К., 2004. — 574 с.
297. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. — К.: Оріони, 2000. — 448 с.
298. Кардашев Н.С. О стратегии поиска внеземных цивилизаций // Вопросы философии. — 1977. — № 2.
299. Карлсон Дж. Телевизионное развлечение и политическая социализация // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — С. 224-233.
300. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура / М. Кастельс: Пер. с англ. [Б. Э. Верпаховского и др.]; Под ред. О. И. Шкаратона; Гос. ун-т. Высшая школа экономики. — М.: ГК ВШЭ, 2000. — 606 с.



301. Кастельс М. Интернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства / Пер. з англ. — К.: Ваклер, 2007. — 304 с.
302. Кастельс М. а Могущество самобытности // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология /Под ред. В.А.Иноземцева. М.: Academia, 1990. <http://www.archipelag.ru/geoeconomics/soobshestva/power-identity/originality/>
303. Кастельс М. б Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.А.Иноземцева. М.: Academia, 1990. — С. 494-505 <http://www.archipelag.ru/geoeconomics/soobshestva/power-identity/formation/>
304. Кастельс М., Киселева Э. Россия в информационную эпоху // Мир России. — 2001. — N 1. <http://nethistory.ru/biblio/1043176006.html>
305. Кастельс М., Киселева Э. Россия и сетевое сообщество // Мир России. — 2000. — N 1. <http://NetHistory.Ru/biblio/1043175738.html>
306. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. пособие. — Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. — 175 с.
307. Квіт С. Масові комунікації: Підручник. — К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. — 206 с.
308. Кей В. Вік маніпуляцій. — Медісон, 1989.
309. Келле В.Ж. Индивидуальное и общественное сознание // Проблемы сознания: Материалы симпозиума. — М., 1966.
310. Кепплінгер Х.М. Вплив насильства у мас-медіа // Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За загал. ред. В.Ф.Іванова. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 104-114.
311. Кепплінгер Х.М., Ноель-Нойманн Е. Вплив мас-медіа // Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За загал. ред. В.Ф.Іванова. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 53-103.
312. Кін Д. Мас-медіа і демократія / Пер. з англ. О.Гриценко, Н.Гончаренко; Літ. ред. О.Гриценко. — К.: К.І.С., 1999. — 134 с.
313. Кирилкін О. Концепція «інформаційного суспільства» у сучасній зарубіжній філософії: Реферат. — К, 1997. — Рукоп.
314. Князев А. А. Энциклопедический словарь СМИ. — М.: КРСУ, 2002 // [http://www.library.cjes.ru/online/?b\\_id=368](http://www.library.cjes.ru/online/?b_id=368)
315. Ковалев А.Г. Курс лекций по социальной психологии. — М.: Изд-во «Высшая школа», 1972.
316. Ковалевский В.О. а Двойной транзит: переходные общества на пути к Информационной Демократии // [http://kovalevsky.webs.com.ua/publ/transit\\_ru.htm](http://kovalevsky.webs.com.ua/publ/transit_ru.htm)
317. Ковалевский В.О. б Философские основы Информационного Общества // <http://kovalevsky.webs.com.ua/phil/philosophy.htm>
318. Ковалевський В.О. а Інформаційна демократія як політична категорія // Наукові записки / Збірник. — К.: ІПіЕНД, 2003. — Сер. «Політологія і етнологія». Вип. 22. — С. 214-222.
319. Ковалевський В.О. б Парадигма Інформаційної Демократії // <http://kovalevsky.webs.com.ua/par/paradigm.htm>
320. Ковалевський В.О. с Перспективи пристосування політичної культури Інформаційного суспільства до України// <http://kovalevsky.webs.com.ua/pk/cul2.htm>
321. Ковалевський В.О. d Проблеми переходу України до Інформаційного Суспільства // <http://kovalevsky.webs.com.ua/pk/cul3.htm>
322. Ковалевський В.О. е Теоретико-методологічні засади Інформаційного Суспільства // <http://kovalevsky.webs.com.ua/theory/theory.htm>
323. Ковалевський В.О. f Теорія Інформаційної Демократії // <http://kovalevsky.webs.com.ua/pk/cull1.htm>
324. Ковалевський В.О. g Українське інформаційне суспільство // <http://kovalevsky.webs.com.ua/uis/uis.htm>

325. Коган В.З. Маршрут в страну информологию. — М., 1985.
326. Коган В.З. Теория информационного взаимодействия: философско-социологические очерки. — Новосибирск: Изд-во Новосибирского ун-та, 1991. — 319 с.
327. Козлов Д.Ф., Липинский В.К. Теория и методы социологических исследований на путях перестройки: Проблемные лекции ф-та переподготовки кадров / Моск. ин-т управления им. Серго Орджоникидзе. — М.: МИУ, 1989.
328. Козунов А.А. Социальная роль радиовещания в системе средств массовой информации развитого социалистического общества: (С привлечением данных социологических исследований аудитории Ставропольского краевого радио): Автореферат дисс. ... канд. филос. наук: 09.00.02. — Ростов-на-Дону, 1979.
329. Кокоткин Е.В. Информационное общество: постмодернистская парадигма изучения // Коммуникация в современном мире: Материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов «Журналистика, реклама и связи с общественностью: новые подходы», Воронеж, 31 октября — 1 ноября 2005 г. / Под ред. проф. В.В. Тулупова. — Воронеж, 2005. — С. 71-73.
330. Колодюк А.В. Интеграция Украины в глобальную экономику знаний // Информационное общество. — 2002. — Вып. 1. — С. 96-97 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/d90d4886786070aec3256d5700421bd5>
331. Колодюк А.В. Інформаційне суспільство: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні: Дис. ... канд. політ. наук. — К., 2004. — 234 с.
332. Коммуникация // Краткий психологический словарь / Под общей ред. А. В. Петровского и М. Г. Ярошевского; ред.-составитель Л. А. Карпенко. — 2-е изд., расширенное, испр. и доп. — Ростов-на-Дону: «ФЕНИКС», 1998. [http://shp.by.ru/psy/lit/psy\\_enc/](http://shp.by.ru/psy/lit/psy_enc/)
333. Коммуникация / Бабайцев А.Ю. // Философский энциклопедический словарь <http://ariom.ru/wiki/Комуникација>
334. Коммунистическая пропаганда: Вопросы теории и методики. — М., 1974.
335. Кон И. Эстафета поколений // Коммунист. — 1987. — N 4.
336. Кондаков Н.И. Логический словарь-справочник. М., 1975.
337. Коновец О.Ф. Масова комунікація: теорії, моделі, технології: Навч. посіб. — К.: АГУ, 2007. — 266 с.
338. Кононов А.А., Смолян Г.Л. Информационное общество: общество тотального риска или общество гарантированной безопасности? // Информационное общество. — 2002. — Вып. 1. — С. 5-7 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/6a218e67c3c2c3eec3256d5700402fe2>
339. Конрад Н.И. Ответное письмо А.Тойнби // Конрад Н.И. Избранные труды. — М., 1974.
340. Конечкая В.П. Социология коммуникации: Учебник. — М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997.
341. Концепция формирования информационного общества в России // Информационное общество. — 1999. — Вып. 3. — С. 3 — 11 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/37cd5e6756dce634c32568c000474a8a>
342. Коньков В.И. Информация как тип текста. Способы включения в аналитические жанры // Научная конференция по методам исследования журналистики. — Ростов-на-Дону: Изд-во Ростов. ун-та, 1987.
343. Коняев С.Н. Реальная виртуальность: границы наблюдателя в информационных пространствах искусственно созданных миров. Концепция виртуальных миров и научное познание. СПб.: РХГИ, 2000. <http://sociologia.iatp.by/stat'i/s207.html>
344. Копнин П.В. Диалектика как логика и теория познания.
345. Кордобский О.С. Некоторые социологические проблемы телевидения в системе средств массовой коммуникации: Автореферат дисс. ... канд. филос. наук. — М., 1969.

346. Корконосенко С.Г. Трактовки понятия информации и модели журналистики // Коммуникация в современном мире: Материалы Всероссийской научно-практической конференции исследователей журналистики, рекламы и паблик рилейшнз «Журналистика, реклама и СО: новые подходы», Воронеж, 25—26 мая 2004 г. / Под ред. проф. В.В. Тулупова. — Воронеж, 2004. — С. 17-18.
347. Корню Д. Етика засобів масової інформації / Пер. з франц. С.Гринцевич. — К.: «К.І.С.», 2004. — 130 с.
348. Коробейников В.С. Генезис и особенности духовного общения через средства массовой информации: Автореферат дисс. ... докт. филос. наук. — М.: ИСИ АН СССР, 1971.
349. Коробейников В.С. Духовное общение. Обмен информацией. Идеологическая борьба. — М.: Политиздат, 1976.
350. Коробейников В.С. Редакция и аудитория: Социологический анализ. — М.: Мысль, 1983. — 255 с.
351. Коробейников В.С. Методический опыт анализа содержания сообщений средств массовой информации по проблемам экономики // Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 2. Организационно-методические проблемы опроса. Анализ документов. Наблюдение. Эксперимент / Отв.ред. В.Г.Андреевков, О.М.Маслова. — М.: Наука, 1990.
352. Короткий оксфордський політичний словник / Пер. з англ.; За ред. І.Макліна, А.Макмілана. — К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2005. — 789 с.
353. Коршунов А.М., Мантатов В.В. Теория отражения и эвристическая роль знаков. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1974.
354. Косериу Э. Синхрония, диахрония и история // Новое в лингвистике. — III. — М., 1963.
355. Костенко Н.В. Ценности и символы в массовой коммуникации. — К., 1993 — 130 с.
356. Костенко Н.В. Цінності і символи в масовій комунікації: Автореферат дис. ... докт. соціолог. наук: 22.00.04 / АН України. ІС. — К., 1994. — 32 с.
357. Костенко Н.В., Осовский В.Л. Ценности профессиональной деятельности: (опыт социологического исследования кино) / АН УССР. Ин-т философии. — К.: Наукова думка, 1986.
358. Костыгова Ю.В. Сетевые и печатные СМИ: конвергенция или антагонизм? // Информационное общество. — 2001. — Вып. 1. — С. 38-40 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/ce516fc328fb5654c3256c01002a0e0a>
359. Костюк В.Н., Смолян Г.Л., Черешкин Д.С. Об экономическом фундаменте информационного общества // Информационное общество. — 2000. — Вып. 5. — С. 6 — 13 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/bb80ed146359f9d7c32569ed004663f0>
360. Котарбинский Т. Избр. произв. — М., 1963.
361. Краткий словарь по социологии / Под общ. ред. Д.М.Гвишиани, Н.И.Лапина; Сост. Э.М.Коржева, Н.Ф.Наумова. — М.: Политиздат, 1989. — 479 с.
362. Крейг Р.Т. Теория коммуникации как область знания // Компаративистика III: Альманах сравнительных социогуманитарных исследований. — СПб., 2003.
363. Кристальный Б.В. Законодательное обеспечение формирования информационного общества в России // Информационное общество. — 2000. — Вып. 1. — С. 25 — 27 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/6bb7d899f166fba4c32569ab00494bc4>
364. Кропотов Л.А. Журналистика на путях социологии: Методы социологического исследования в журналистской практике: Учеб. пособие. — Свердловск: УГУ, 1976. — 69 с.
365. Кротц Ф. Теорії медіа // Вайшенберг З. Журналістика та медіа: Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен

- / Перекл. з нім. П.Демешко та К.Макеев; За загал. ред. В.Ф.Іванова та О.В.Волощенко. — К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. — С. 473-479.
366. Крупнов А.Е., Финько О.А., Черешкин Д.С. О государственной политике России в области формирования информационного общества // Информационное общество. — 1999. — Вып. 1. — С. 4 — 9 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/8dcda61778b6f6c0c32568ab00577dd4>
367. Кузнецов М. М. Философия Маршалла Маклюэна и коммуникативные стратегии Интернета // Доклад на семинаре «Информационное общество: экономика, социология, психология, политика и развитие Интернет-коммуникаций» 29.09.1999. [www.institute.org.ru/library/articles/1013517082/](http://www.institute.org.ru/library/articles/1013517082/) // <http://testpsy.chat.ru/litra/2-mclw.html> <http://www.isn.ru/info/seminar-doc/Mclw.doc>
368. Кузнецов О.А., Лях А.Н. Информационные системы для руководителей. — М., 1973.
369. Кузнецов О.Н., Лебедев В.И. Личность в одиночестве // Вопросы философии. — 1971. — № 7.
370. Кузнецова О. Д. Журналістська етика та етикет: основи теорії, методики, дослідження, трансформації незалежних видань України, врегулювання моральних порушень: Монографія. — Львів: Світ, 1998.
371. Кузнецова О.Д. Засоби масової комунікації: Посібник: Вид. 2-ге, перероблене і доповнене. — Львів: ПАІС, 2005. — 200 с.
372. Кузнецова О.Д. Основи масової комунікації. — Львів, 1996. — 170 с.
373. Кули Ч. Общественная организация // Тексты по истории социологии XIX-XX веков: Хрестоматия. — М.: Наука, 1994.
374. Курносов И.Н. Информационное общество и глобальные информационные сети: вопросы государственной политики // Информационное общество. — 1998. — Вып. 6. — С. 29 — 36 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/1dac741b1548a987c32569670032fc51>
375. Курносов И.Н. а Информационное общество и Россия: особый путь // Информ-ревью. — 1997. — № 4 (24). — С. 4-5.
376. Курносов И.Н. б Информационное общество: планы и программы зарубежных стран. М., 1997.
377. Куртенэ де Б. Избранные труды по общему языкознанию. — В 2-х т. — М.: Изд-во АН СССР, 1963. — Т. 1.
378. Курьянов Е.И. Англо-русский словарь по средствам массовой информации. — М., 1993.
379. Кьеркегор С. Наслаждение и долг. — Ростов н/ Д., 1998.
380. Лавровский А. Американская социологическая пропаганда: Сущность, концепции, методы — критический анализ / Пер. с пол. — М.: Прогресс, 1978.
381. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие // Макаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. — М., 2000.
382. Лазутина Г.В. Технология и методика журналистского творчества: Метод. указания к курсу «Теория и практика советской журналистики» для студентов-заочников фак-в и отд-ний журналистики гос. университетов. — М.: Изд-во Моск.ун-та, 1988.
383. Лайон Д. Інформаційне суспільство: проблеми та ілюзії. Інформація, ідеологія та утопія <http://www.philsci.univ.kiev.ua/biblio/lajon.html>
384. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура: Глобальний підхід /Пер. з англ. О.Гриценка, С. та І.Гарастевич, А.Гриценко. — К.: К.І.С., 2002. — 264с.
385. Лауристин М.Й. О некоторых методологических вопросах анализа содержания массовой информации // Вопросы философии. — 1974. — № 6.
386. Лауристин М. О теоретических посылах контент-аналитических сообщений массовой коммуникации // Методологические и методические

- проблемы контент-анализа: (Тезисы докладов рабочего совещания социологов) / АН СССР. Институт социологических исследований; Отв. ред. А.Г.Здравомыслов. — М.-Л., 1973. — Вып. 1.
387. Лауристин М. Применение контент-анализа для изучения направленности содержания газеты // Труды по социологии. — Т. II. — Тарту: ТГУ, 1972.
388. Лахмотова О.В. Представление об информационном обществе и этапы развития информационных технологий // <http://referat.na5.ru/504939-4>
389. Лебедь О.Н., Лебедь В.Н. Личность в одиночестве // Вопросы философии. — 1971. — № 7.
390. Лебон Г. Психология народов и масс. — СПб: «Макет», 1995.
391. Лебон Г. Психология масс. — Мн.: Харвест, М., АСТ, 2000. — 320 с.
392. Левада Ю.А. Игровые структуры в системах социального действия // Системные исследования: Методологические проблемы: Ежегодник 1984. — М.: Наука, 1984.
393. Левенчук А. Коммунивер: от средств массовой информации к инфраструктуре массовой коммуникации // InterNet magazine. — № 15 <http://www.gagin.ru/internet/15/5.html>
394. Леонтьев А.А. Психолингвистическая проблематика массовой коммуникации // Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. — М., 1974. — С. 46-48.
395. Леонтьев А.А. Социальная психология: Краткий очерк. — М., 1975.
396. Лепский В.Е. Становление стратегических субъектов в глобальном информационном обществе: постановка проблемы // Информационное общество. — 2002. — Вып. 1. — С. 50-58 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/403CB89B69D551C3256D570040B7F5>
397. Лилю Т. а Глобалізація і посткомунізм // Актуальні проблеми журналістики: Збірник наукових праць. — Ужгород: МП «Ліра», 2001. — С. 130-144.
398. Лилю Т.Я. б Глобалізація комунікаційного простору і процеси національної ідентифікації у посткомуністичному світі: Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук. — Київ, 2001.
399. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна. — М., 1998.
400. Литвиненко О. Проблемы забезпечення інформаційної безпеки у сучасному світі: Навчально-методичні матеріали до нормативного курсу «міжнародна інформація» для студентів спеціальності «міжнародна інформація». — К.: Б.в., 1996. — 90 с.
401. Литвинович В.Ч. Социальная информация и проблема ее надежности // Проблемы эффективности средств массовой информации и пропаганды / Отв. ред. В.С.Коробейников. — Минск, 1981. — Ч.1. — С. 107-109.
402. Ломов Б.Ф. Категории общения и деятельности в психологии // Вопросы философии. — 1979. — № 8.
403. Ломоносов М.В. Полн. собр. соч. — Т. 7. — М.-Л., 1952.
404. Лопатин В.Н. Теоретико-правовые проблемы защиты единого информационного пространства страны в условиях глобального информационного общества // информационная безопасность России в условиях глобального информационного общества. — М., 2001. — С. 110-128.
405. Лопатин В. Язык глобализации // <http://www.mirror.kiev.ua/paper/current/issue/1251/text/32-14-1.htm>
406. Лось Й. Орієнтир: засоби масового порозуміння // Збірник праць кафедри української преси. Вип. 3. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. — С. 169-175.
407. Лотман Ю.М. О двух моделях коммуникации и их соотношении в общей системе культуры // Труды по знаковым системам. — Тарту, 1973. — Вып. 6. — С. 227-243. [lepo.it.da.ut.ee/~avramets/TMSh.4sk.5sem.rtf](http://lepo.it.da.ut.ee/~avramets/TMSh.4sk.5sem.rtf)
408. Лотман Ю.М. Семиосфера. Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров. Статьи. Исследования. Заметки. — Санкт-Петербург: «Искусство-СПБ», 2000. — 704 с.

409. Лубкович І.М. Соціологія і журналістика: Підручник. — Львів: ПАІС, 2005. — 176 с.
410. Лукина Н. П. а Информационное общество: состояние и перспективы социально-философского исследования // Гуманитарная информатика. — Вып. 1. <http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/1/lukina.htm>
411. Лукина Н.П. б Философские основания критики информационного общества // <http://conf.infosoc.ru/2005/thes/32.pdf>
412. Луман Н. Глобализация мирового сообщества: как следует системно понимать современное общество // Социология на пороге XXI века: новые направления исследований. — М.: Интеллект, 1998.
413. Луман Н. Невероятные коммуникации // Проблемы теоретической социологии. — Вып. 3. — СПб., 2000.
414. Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А.Ю.Антоновского. — М.: Практикс, 2005. — 256 с.
415. Луман Н. Что такое коммуникация // Социологический журнал. — 1995. — № 3 — С. 114-128.
416. Лысенко А.Г. Будущее СМИ в информационном обществе // Информационное общество. — 1999. — Вып. 4. — С. 55 — 56 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/f2cbcdc3ea20adf2c32568f60027db93>
417. Лычковская О.Р. Коммуникативные практики массовой аудитории в эпоху информационного неравенства // Соціологічні дослідження: Збірник наукових праць. — № 4. — Луганськ, 2004. — С. 33-46.
418. Льовкіна О.Г. Проблема відчуження в соціальній філософії Франкфуртської школи (спроба осмислення в контексті глобалістики): Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук. — Київ, 2003.
419. Ляпунов А.А. Проблемы кибернетики. — М.: Наука, 1968.
420. Мазур М. Качественная теория информации. — М.: Прогресс, 1982. — 317 с.
421. Майлс У. Изменение ценности научной информации // Зарубежная радиоэлектроника. — 1965. — N 1.
422. Майминас Е. Информационное общество и парадигма экономической теории // Вопросы экономики. — 1997. — № 11. — С. 86-97.
423. Макаренко Є.А. Європейська інформаційна політика: Монографія. — К.: Наша культура і наука, 2000. — 368 с.
424. Макаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. — М., 2000.
425. Маккарти Дж. Информация // Информация. — М.: Мир, 1968.
426. МакКуэл Д. Массовая коммуникация и общественный интерес: к вопросу о социальной теории структуры и функционирования медиа // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — С. 179-188.
427. Мак-Люен М. Галактика Гутенберга: Становлення людини друкованої книги. — К.: Ніка-Центр, 2001. — 464 с.
428. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Загл. ст. М. Вавилова. — М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. — 464 с. (Приложение к серии «Публикации Центра Фундаментальной Социологии»).
429. Маклюэн М. Робкий гигант // Телевидение вчера, сегодня, завтра. Вып. 7. — М., 1987.
430. Мак-Комбс М. Встановлення пріоритетів: масмедіє і громадська думка / Пер. с англ. — К.: К.І.С., 2007. — 256 с.
431. Малахов А.Н., Почепко В.В. В тупиках лжи: Вымыслы антикоммунизма и контрпропаганда. — Л.: Лениздат, 1984. — 72 с.
432. Малахов В. Етика. — К.: «Либідь», 2001.
433. Манаев О.Т. Методическое обеспечение комплексного социологического исследования эффективности функционирования республиканских

- СМИП // Проблемы эффективности средств массовой информации и пропаганды / Отв. ред. В.С.Коробейников. — Ч.1. — Минск, 1981.
434. Марков Б.В. Человек и глобализация мира // Отчуждение человека в перспективе глобализации мира. Сб. статей. Выпуск I / Под ред. Маркова Б.В., Солонина Ю.Н., Парцвания В.В. — Санкт-Петербург: «Петрополис», 2001. — С. 100-122 <http://anthropology.ru/ru/texts/markov/manglob.html>
435. Марков В.А. Контент-анализ в комплексном исследовании функционирования прессы: (Опыт конкретно-социологического исследования): Автореферат дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.10. — М., 1974.
436. Маркс К. и Энгельс Ф. Соч. — Т. 1.
437. Маркс К. и Энгельс Ф. Соч. — Т. 3.
438. Маркс К. Введение (Из экономических рукописей 1857-1858 годов) // Маркс К. и Энгельс Ф. Соч. — Т. 12.
439. Маркузе Г. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества. — М.: АСТ, 2003. — 526 с.
440. Мартен Д., Мецжер Ж.-А., П'ер Ф. Метаморфози світу: Соціологія глобалізації / Пер. з фр. Є.Марічева. — К.: ВД «КМ Академія», 2005. — 302 с.
441. Маруховський О. Переваги та вади інформаційного суспільства: До 40-річчя виходу у світ «Комп'ютопії» Й.Масуди // Політичний менеджмент. — 2005. — № 1. — С. 127-136.
442. Маслова О.М. Методика социологического исследования // Социология: Словарь-справочник. Т. 4. Социологическое исследование: Методы, методика, математика и статистика. — М.: Наука, 1991.
443. Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження / За ред. Р.Блюма, М.Герольд, В.Іванова, В.Різуна. — К., 2001. — 302 с.
444. Масс-медиа, сектор безопасности и власть: Роль новостных средств массовой информации в контроле и подотчетности сектора безопасности: Научное пособие / Под ред. М.Капрани. — К.: Б.и., 2005. — 280 с.
445. Массовая информация в советском промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования / Б.А.Грушин, Л.Н.Федотова, Е.Я.Таршис и др.; Под общ. ред. Б.А.Грушина, Л.А.Оникова. — М.: Политиздат, 1980. — 446 с.
446. Массовая информация и коммуникация в современном мире. — Ч. 1. — М., 1989.
447. Массовая коммуникация в современном мире. — М., 2000.
448. Массовая коммуникация и массовое сознание: Сборник научных статей / Под ред. В.Л.Артемова. — Вып 2. М.: МГИМО (У) МИД России, 2002. — 274 с.
449. Масуда Й. Комп'ютопія / Пер. с англ. В.Ляха // Філософська і соціологічна думка. — 1993. — № 6. — С. 36-50.
450. Математические методы в современной буржуазной социологии: Сб. ст. / Общ. ред. Г.В.Осипова. — М.: Прогресс, 1966.
451. Материалы научного семинара «Семиотика средств массовой коммуникации». — Ч. 1. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1973. — 422 с.
452. Матюшевич П.Н. Массовые коммуникации, их структура и социальные функции: (По материалам Ленинграда 1965-1967 гг.): Автореферат дисс. ... канд. филос. наук: 620. — Л., 1969.
453. Мах Э. Познание и заблуждение. — М., 1909.
454. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США. — М., 1966.
455. Медиа. Введение. — М.: ЮНИТИ, 2005. — 550 с.
456. Медиа в выборах: между политикой и культурой (контент-анализ политической прессы) / Под ред. Наталии Костенко. К.: Ин-т социологии НАН Украины, 1999. — 218 с.
457. Мезенцев Д.Ф. Информационная политика Российской Федерации в условиях формирования информационного общества // Информационное об-

- щество. — 2002. — Вып. 1. — С. 17-20 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/88191EF79090A5A0C3256D5700419C84>
458. Мей К. Інформаційне суспільство: Скептичний погляд / Пер. з англ. — К.: «К.І.С.», 2004. — 220 с.
459. Мелешенко О.К. Журналістикознавчі уявлення про світовий і національний інформаційний простір, його безпеку. — К.: ПВП «Задруга», 2006. — 64 с.
460. Мелешенко О.К., Чічановський А.А., Шкляр В.І. Інформація, інформаційний: Словник термінів і понять для журналістів і політологів. — К.: Грамота, 2007. — 72 с.
461. Мелик-Гайказян И.В. Информационные процессы и реальность. — М.: Наука: Физмалит, 1997. — 185 с.
462. Мелик-Шахназарян Б.Б. Кибернетика общества // Академия наук АрмССР. Вестник общественных наук. — 1970. — № 12.
463. Мелюхин И.С. Информационное общество и государство. — М., 1997. [www.relcom.ru/Archive/1997/ComputerLaw/State.htm#1](http://www.relcom.ru/Archive/1997/ComputerLaw/State.htm#1)
464. Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденция развития. — М.: Издательство МГУ, 1999. — 208 с.
465. Мелюхин И.С. Концепция «Информационного общества» и кризис // Информационное общество. — 1998. — Вып. 6. — С. 20-22.
466. Мережі і мережні війни: Майбутнє терору, злочинності та бойових дій / За ред. Дж.Арквілі, Д.Ронфельдта; Пер. А.Іщенко. — К.: Вид. дім «Кієво-Могилянська акад.», 2005. — 350 с.
467. Меріт Д. Громадянські активна журналістика: погляд редактора (Матеріали Програми сприяння парламентам України). — 8 с.
468. Методика и техника конкретно-социологических исследований. — Вып. 1. — М., 1969.
469. Методика и техника конкретно-социологических исследований (Методическое пособие) / Под общ. ред. И.Ф.Надольного. — К.: Изд-во Киев. ун-та, 1968.
470. Методика социологических исследований: Курс лекций / Под ред. А.В.Тихонова. — Л.: Высш. проф. шк., 1975.
471. Методологические и методические основы социологического исследования: Метод. пособие / Левыкин И.Т., Осипов Г.В., Ионин А.Г. и др.; Отв. ред. А.А.Росляков и И.Т.Левыкин; АН ТССР. Отд-ние философии и права. — Ашхабад: Ылым, 1985.
472. Методология исследования политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов. — Вып. 1 / Под общ. ред. И.Ф.Ухвановой-Шмыговой. — Мн.: Белгосуниверситет, 1998. — 283 с.
473. Методы анализа документов в социологических исследованиях: (Сб.ст.) / АН СССР. Институт социологических исследований АН СССР. Советская социологическая ассоциация; Науч.-ред. совет: В.Н.Иванов (предс.), В.Г.Андренков, И.В.Бестужев-Лада и др. — М.: ИСИ АН СССР, 1985.
474. Методы журналистского творчества / Под ред. В.М.Горохова. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982.
475. Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 2. Организационно-методические проблемы опроса. Анализ документов. Наблюдение. Эксперимент / Отв.ред. В.Г.Андреевков, О.М.Маслова. — М.: Наука, 1990.
476. Методы современной математики и логики в социологических исследованиях. — М.: ИСИ АН СССР, 1977.
477. Микешина Л.А., Опенков М.Ю. Новые образы познания и реальности. — М.: РОССПЕН, 1997.
478. Миллер Э. Шарлоттский проект: как помочь гражданам взять демократию в свои руки. — М.: НИП, Виоланта, 1998.



479. Миллс Р. Инертное общество / Властвующая элита. — М., Иностранная литература, 1959.
480. Мильтон Д. О свободе печати. Речь к английскому парламенту (Ареопагитика) / Полный перевод с английского под редакцией П. Когана / <http://evartist.narod.ru/text2/28.htm>
481. Милль Дж. О свободе / Пер. с англ. А. Фридмана // Наука и жизнь. — 1993. — № 11. — С. 10–15; № 12. — С. 21–26.
482. Милль Дж. О свободе / Пер. с англ. А. Н. Неведомского // О Свободе. Антология мировой либеральной мысли (I половины XX века). — М.: Прогресс-Традиция, 2000. — С. 288–392.
483. Михайлин І.А. Основи журналістики: Підручник. Вид. 2-ге. — Харків: ХІФТ, 2000. — 278 с.
484. Михайлов А.И., Чорный А.И., Гиляровский Р.С. Основы информатики. — М., 1968.
485. Михайлов С. Эмпирическое социологическое исследование / Пер. И.С.Морозовой и Р.Е.Мельцер; Вступ. ст. и спецред. Э.П.Андреева. — М.: Прогресс, 1975.
486. Михайлов С.А. Многообразие в единстве // Глобализм и антиглобализм: многообразие в единстве / Век информации. Международный постоянно действующий научно-практический семинар. Сборник статей / Ред.-сост. С.А.Михайлов. — СПб.: «Роза мира», 2002. — С. 5-25.
487. Михайловский В.Н. Формирование научной картины мира и информатизации. — СПб.: Наука, 1994. — 145 с.
488. Михалкович В.И. Изобразительный язык средств массовой коммуникации / Отв. ред. Вартанов А.С.; АН СССР. ВНИИ Мин-ва культуры СССР. — М.: Наука, 1986. — 223 с.
489. Моисеев Н.Н. Информационное общество: возможности и реальность // <http://www.politstudies.ru/arch/rubric/23.htm>
490. Моисеев Н.Н. Человек, среда, общество. — М.: Наука, 1982.
491. Мойсеев М.М. Інформаційне суспільство: можливості та реальність // Інформаційне Суспільство. Шлях України. — К.: Бібліотека інформаційного суспільства, 2004. — С. 252-263.
492. Мойсеева О. Інформаційне суспільство та постмодернізм // Історико-літературний журнал. — 2002. — № 7. — С. 85-89.
493. Мойсеекко А.О. Готовність соціальних працівників до формування соціальної політики громадсько-політичних об'єднань. — К.: КНУ ім. Тараса Шевченка, 2003.
494. Моль А. Социодинамика культуры. — М.: Прогресс, 1973. — 406 с.
495. Моль А. Теория информации и эстетическое восприятие. — М., 1966.
496. Москаленко А. З. Ера інформації й демократичне суспільство // Вісник Київського університету. Сер. Журналістика. — 1996. — Вип. 3. — С. 3-16.
497. Московичи С. Век толп. — М., 1996.
498. Мостепаненко М.В. Философия и методы научного познания. — Л., 1972.
499. Мотузенко Б. Маніпуляції як соціальна технологія // [http://fpgr.org.ua/articles/Bogdan\\_manipul.htm](http://fpgr.org.ua/articles/Bogdan_manipul.htm)
500. Муратов С.А. Нравственные принципы тележурналистики: Опыт этического кодекса // <http://www2.internews.ru/books/moral/index.html>
501. Мясищев В.Н. О взаимосвязи общения, отношения и обращения как проблемы общей и социальной психологии // Социально-психологические и лингвистические характеристики форм общения и развития контактов между людьми. — Л., 1970.
502. Наджос А.І. Інформаційні стратегії впливу американської преси на соціально-політичний процес в Україні: Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук. — Київ, 2002.

503. Назаренко А.В. Основные проблемы возникновения информационного общества на стыке XX и XXI вв. // <http://tsu.tmb.ru/culturology/journal/4/nazarenko.htm>
504. Назаретян А.П. Влияние психологического анализа пропаганды на становление целевого подхода к теории коммуникации // Вопросы психологии. — 1979. — N 6.
505. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — 240 с.
506. Назарчук А.В. Этика глобализирующегося общества. — М.: Директмедиа Паблишинг, 2002. — 382 с.
507. Неверла І. Мас-медіа // Вайшенберг З. Журналістика та медіа: Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / Перекл. з нім. П.Демешко та К.Макеев; За загал. ред. В.Ф.Іванова та О.В.Волошенко. — К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. — С. 241-245.
508. Негодаев И.А. На путях к информационному обществу. — Ростов-на-Дону, 1999.
509. Недопитанський М.І. Випробування інформацією: Тексти лекцій. — К.: Інститут журналістики. — 2003.
510. Нисневич Ю.А. Информация и власть. — М.: Мысль, 2000.
511. Новик И.Б. Кибернетика: (философские и социологические проблемы). — М., 1963.
512. Новик И.Б. Негэнтропия и количество информации // Вопросы философии. — 1962. — N 6.
513. Ножин Е. Закон предшествования // Проблемы телевидения и радио: Исследования. Критика. Материалы. — М.: Искусство, 1971. — С. 43-51.
514. Ножин Е.А. Проблема определения массовой коммуникации // Психолингвистические проблемы массовой коммуникации / Отв. ред. А.А.Леонтьев. — М.: Наука, 1974.
515. Ноель-Нойманн Е. Громадська думка // Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За загал. ред. В.Ф.Іванова. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 74-87.
516. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. — М., 1996. — 352 с.
517. Ньюсом Д., Тёрк ВанСлайк Д., Крукеберг Д. Всё о PR. Теория и практика паблик рилейшнз. — 7-е изд. / Пер. с англ. — М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт», ИНФРА-М, 2001. — 628 с.
518. Об'єкт і метод соціологічних досліджень: (Матеріал на допомогу лектору). — К., 1967.
519. Оболенский В.П., Поспелов В.А. Глобализация мировой экономики: проблемы и риски российского предпринимательства. — М.: Наука, 2001. — 216 с.
520. Общая социология. — Ч. II. — Рига: Риж. техн. ун-т, 1991.
521. Общение // Краткий психологический словарь / Под общей ред. А. В. Петровского и М. Г. Ярошевского; ред.-составитель А. А. Карпенко. — 2-е изд., расширенное, испр. и доп.— Ростов-на-Дону: «ФЕНИКС», 1998. [http://shp.by.ru/psy/lit/psy\\_enc/](http://shp.by.ru/psy/lit/psy_enc/)
522. Овсянников В.Г. Методология и методика в прикладном социологическом исследовании. — Л.: Изд-во Ленинград. ун-та, 1989.
523. Ожегов С.И. Словарь русского языка. — Изд-е 10-е. — М., 1975.
524. Окинавская хартия глобального информационного общества // Информационное общество. — 2000. — Вып. 4. — С. 53 — 57 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/dba7e38a90aee085c32569ed003fd76f>
525. Олдырева А.П. Аннотированная библиография по тематике научного семинара «Семиотика средств массовой коммуникации» // Семиотика средств

- массовой коммуникации: Науч. семинар: В 2-х ч. — М.: Изд-во Моск. ун-та. — Ч. 1. — 1973. — С. 384-419.
526. Основы теории коммуникации: Учебник / Под ред. М.А.Василика. — М.: Гардарики, 2003. — 615 с.
527. Островский Д.О. Коммуникация: Кросскультурный аспект // Культура народов Причерноморья. — Том N 19. <http://www.ccssu.crimea.ua/tnu/magazine/culture/culture19/index.htm>
528. От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже тысячелетий / Отв. редакторы Я.Н.Засурский и Е.А.Вартанова. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2000. — 256 с.
529. Павлов Т. Избранные произведения: В 10 т. — Т. 3. — М., 1962.
530. Палиева З.И. «Информационный шум» как эффект глобализации СМИ // Журналистика в 2002 году. СМИ и реалии нового века: Материалы научно-практической конференции. Москва, 3-5 февраля 2003 г. — Ч. 1. — М.: Б.и., 2003. — С. 83-85.
531. Пан-Европейская региональная министерская конференция по информационному обществу // Информационное общество. — 2002. — Вып. 1. — С. 26 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/AE1254FDAF0340BFC3256D5700419CFA>
532. Панина Н.В. Технологія соціологічного дослідження: Курс лекцій. — К.: Наукова думка, 1996. — 232 с.
533. Паниотто В.И. Измерение надежности социологической информации // Социология: Словарь-справочник. Т. 4. Социологическое исследование: Методы, методика, математика и статистика. — М.: Наука, 1991. — С. 84-86.
534. Паниотто В.И. Качество социологической информации: (Методы оценки и процедуры обеспечения) / АН УССР, Институт философии. — К.: Наукова думка, 1986. — 206 с.
535. Паниотто В.И., Максименко В.С. Количественные методы в социологических исследованиях. — К.: Наукова думка, 1982.
536. Паниотто В.И. Об одной критерии надежности данных массового опроса // Методы современной математики и логики в социологических исследованиях. — М.: ИСИ АН СССР, 1977. — С. 137-148.
537. Панферов В.Н. О роли внешности в регуляции отношений // Человек и общество. — Л., 1968. — Вып. 3.
538. Паринов С.И. Онлайн-сообщества: методы исследования и практическое конструирование: Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора технических наук. — Новосибирск, 2000. <http://rvles.ieie.nsc.ru/~parinov/autoref.htm>
539. Паринов С.И., Яковлева Т.И. Экономика 21 века на базе Интернет-технологий // <http://www.colscy.narod.ru/21vek.htm>
540. Парсонс Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношение // Американская социологическая мысль: Тексты. — М., 1996.
541. Парсонс Т. Система современных обществ / Пер. с англ. Л.А.Седова и А.Д.Ковалева. — М.: Аспект пресс, 1998.
542. Партико З.В. Образна концепція теорії інформації. — Львів: ВЦ ЛНУ ім. Івана Франка, 2001. — 133 с.
543. Партико З. В. Теорія масової інформації // <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article>
544. Партнерство для развития информационного общества в России // Информационное общество. — 2002. — Вып. 1. — С. 123-124 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/43cff6a84840c4c7c3256d57004271c1>
545. Парыгин Б.Н. Основы социально-психологической теории. — М., 1971.
546. Петев Т. Масовото общуване и личността. — София: Наука и изкуство, 1984.

547. Петренко-Лисак А.О. Соціальні детермінанти кібервіртуального простору: Автореферат дис. ... канд. соц. наук. — К., 2007. — 16 с.
548. Петров И.Г. Предмет и методы социальных исследований. — М.: Знание, 1964.
549. Петров А.В. Массовая коммуникация и искусство. Л.: Ленинград. гос. ин-т театра, музыки и кинематографии, 1976.
550. Петров А.В. Проблема термина и понятия «массовая коммуникация» // Семиотика средств массовой коммуникации: Науч. семинар: В 2-х ч. — М.: Изд-во Моск. ун-та. — Ч. 1. — 1973.
551. Петров А.В. Семантический анализ основных понятий массовой коммуникации // Предмет семиотики: теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовой коммуникации: Материалы научного симпозиума «Семиотика средств массовой коммуникации». Москва, 20-23 ноября 1974 г. / Отв. ред. А.Г.Волков. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1975.
552. Петров С.Т. На пути к информационному государству // Информационное общество. — 1999. — Вып. 4. — С. 64 — 65 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/4b29b07b0987dfbdc32568f6002d5ab2>
553. Петрушенко Л.А. Самодвижение материи в свете кибернетики (Философский очерк взаимосвязи организации и дезорганизации в природе). — М., 1971.
554. Пиаже Ж. Психология, междисциплинарные связи и система наук. — М., 1966.
555. Пирсон Дж. Символы, сигналы, шумы. — М.: Мир, 1967.
556. Письмо Арнольда Тойнби акад. Н.И.Конраду // Конрад Н.И. Избранные труды. — М., 1974.
557. Підсумкове комюніке Кьольнського саміту країн Великої Сімки (1999 р.). <http://www.eu.int/>
558. Пітерс Д.Д. Слова на вітрі: Історія ідеї комунікації / Пер. з англ. А.Іщенко. — К.: ВД «КМ Академія», 2004. — 302 с.
559. Поликарпова Е.В. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе. — Ростов-на-Дону, 2002.
560. Подушкин В.А. К вопросу об определении информации // Язык и мышление. — М.: Связь, 1967.
561. Постиндустриальное общество // Философия: Энциклопедический словарь / Под ред. А.А. Ивина. — М.: Гардарики, 2004. — 1072 с. <http://arjom.ru/wiki/Postindustrial'noeObshhestvo>
562. Потятиник Б.В. Медіа: ключі до розуміння. — Львів: ПАІС, 2004. — 312 с.
563. Потятиник Б. Філософія масової комунікації // <http://www.franko.lviv.ua/mediaeco/biblioteka/filos-potjt.htm>
564. Почепцов Г. а Вступ до інформаційних війн. — К.: Центр вільної преси, 1999. — 108 с.
565. Почепцов Г.Г. b Информационные войны: Основы военно-коммуникативных исследований. — Ровно: ППФ «Волинські обереги», 1999. — 152 с.
566. Почепцов Г.Г. Информационные войны. — М.: «Реал-бук», 2000. — 576 с.
567. Почепцов Г.Г. c Как ведутся тайные войны: Психологические операции в современном мире. — Ровно: ППФ «Волинські обереги», 1999. — 304 с.
568. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика. — К.: Альтерпресс, 2008. — 408 с.
569. Почепцов Г.Г. Символы в политической рекламе. К.: Принт Сервис, 1997. — 331 с.
570. Почепцов Г.Г. d Теорія комунікації. — К.: ВПЦ «Київський університет», 1999. — 308 с.
571. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. — М.: Центр, 1998. — 352 с.
572. Почепцов Г.Г. e Теория и практика информационных войн. — Ровно: ППФ «Волинські обереги», 1999. — 124 с.

573. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. — 656 с.
574. Почепцов Г.Г. f Элементы теории коммуникации. — Ровно: ППФ «Волинські обереги», 1999. — 144 с.
575. Прайс М. Телевидение, коммуникации и переходной период: право, общество и национальная идентичность. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2000. — 336 с.
576. Практика глобализации: игры и правила новой эпохи / Под ред. Деягина М.Г. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 334 с. <http://www.imperativ.narod.ru/del/del-pref.html>
577. Практикум по прикладной социологии / Под ред. Б.В.Князева, Н.И.Дряхлова, В.Я.Нечаева. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987.
578. Предварительный доклад о проблемах коммуникации в современном обществе. — Париж: ЮНЕСКО, 1978.
579. Пресса и общественное мнение / АН СССР, Институт социологических исследований; Отв. ред. В.С.Коробейников. — М.: Наука, 1986. — 205 с.
580. Прилюк Ю.Д. Проблемы общения в историческом материализме. — К., 1985.
581. Приступенко Т.О. Кодекс етики українського журналіста // Сучасне та майбутнє журналістики в плюралістичному суспільстві. — К.: ЦВП, 1999. — С. 87-99.
582. Приступенко Т.О. Теорія журналістики, етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації: Навчальний посібник. — К.: Інститут журналістики, 2004.
583. Приходько О. С чего начинается информационное общество? // Зеркало недели. — 2006. — 9-15 дек.
584. Проблемы журналистской этики в теории и практике СМИ посткоммунистической России // <http://www2.internews.ru/books/ethics/index.html>
585. Программы и проекты Концепция формирования информационного общества в России <http://www.iis.ru/library/riss/riss.ru.html>
586. Прозоров А. В поисках определения термина «информация» // <http://soc.lib.ru/news.htm>
587. Промышленная социальная психология / Под ред. Е.С.Кузьмина, А.А.Свенцицкого. — Л.: Изд-во Лен. ун-та, 1982.
588. Пронин Е.И. Журналистский текст как система выразительных средств // Материалы межреспубликанской научной конференции «Современные методы исследования средств массовой коммуникации». Таллин, 29-30 сентября 1980 / Редкол. Триккель И. (Отв. ред.) и др.; Секция массовой коммуникации Прибалтийского отделения ССА, Гостелерадио ЭССР. — Таллин: Периодика, 1983.
589. Проскуріна О. Виклик комунікацій і відповідь культурного поля політики // Політичний менеджмент. — 2005. — № 2 (11). — С. 103-107
590. Протченко И.Ф. Русский язык: проблемы изучения и развития. — М., 1984.
591. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учебное пособие. — М.: «РИП-холдинг», 1998. — 310 с.
592. Прохоров Е.П. Журналистика как сфера информационной деятельности // Методы исследования журналистики: Сб. ст. / Отв. ред. Я.Р. Симкин. — Ростов-на-Дону: Изд-во Ростов. ун-та, 1979.
593. Прохоров Е.П. К вопросу о практическом использовании социологического знания // Опыт и перспективы конкретных социологических исследований журналистики / Отв. ред. В.П.Васильев; АОН при ЦК КПСС. Каф. журналистики. — М.: АОН при ЦК КПСС, 1984.
594. Прохоров Е.П. Методологические основы публицистического творчества // Методы журналистского творчества / Под ред. В.М.Горохова. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982.

595. Прохоров Е.П. Семиотические проблемы деятельности средств массовой информации // Семиотика средств массовой коммуникации: Науч. семинар: В 2-х ч. — М.: Изд-во Моск. ун-та. — Ч. 1. — 1973. — С. 50-57.
596. Прохоров Е.П. Теория публицистики: итоги, проблемы, перспективы // Вестник Московского университета. — Сер. 11. Журналистика. — 1968. — N 2.
597. Процесс социального исследования: Вопросы методологии, методики и организации марксистско-ленинских социальных исследований / Пер. с нем. А.Г.Шестакова и И.Н.Марасанова; Общ. ред. Ю.Е.Волкова. — М.: Прогресс, 1975.
598. Пруха Я. Теория речевой деятельности и исследования массовой коммуникации // Основы теории речевой деятельности. — М., 1974.
599. Пряхин М.Н. Направленность в изучении естественных систем средств массовой коммуникации // Научная методология изучения массовых информационных процессов: Сб. науч. тр. / Под общ. ред. Ю.П.Буданцева. — М., 1984.
600. Публицистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За загал. ред. В.Ф.Іванова. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — 780 с.
601. Пьорксен Б. Конструктивизм // Вайшенберг З. Журналістика та медіа: Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / Перекл. з нім. П.Демешко та К.Максєв; За загал. ред. В.Ф.Іванова та О.В.Волошенко. — К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. — С. 209-213.
602. Пэнто Р., Гравитц М. Методы социальных наук. М.: Прогресс, 1972. — 607 с.
603. Пюкке С. Информационное общество и проблемы социального развития // Компьютера. — № 37. — 01 октября 2001 г. <http://offline.computerra.ru/2001/414/12982/>
604. Пюкке С. Что такое информация и зачем это знать <http://offline.computerra.ru/2001/405/11615/>
605. Рабочая книга социолога / Отв. ред. Г.В.Осипов. М.: Наука, 1976.
606. Рабочая книга социолога / Отв. ред. Г.В. Осипов. — М.: Наука, 1983.
607. Развитие информационного общества в России: Сб. ст., док. и материалов: В 2-х т. / Под ред. Н.В. Борисова, Ю.Е. Хохлова. — СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2001. — Т. 1: Теория и практика. — 2001. — 240 с. Т. 2: Концепции и программы. — 2002. — 228 с.
608. Ракитов А.И. Наш путь к информационному обществу // Теория и практика общественно-научной информации. — М.: ИНИОН, 1989.
609. Ракитов А.И. Философия компьютерной революции. — М.: Политика, 1991. — 287 с.
610. Рамишвили Г.В. Социология и лингвистика (Ф. де Соссюр) // Социологические исследования. — Тбилиси: Изд-во Тбилисского ун-та, 1971. — С. 126-154.
611. Раскладкина М.К. «Управление свободой выбора» как иллюзия моделирования информационного пространства // Журналистика в 2001 году: СМИ и вызовы нового века: Тезисы научно-практической конференции. — Часть VIII. — М.: Б.и., 2002. — С. 13-14.
612. Рассел Б. Человеческое познание. Его сфера и границы. — М.: Изд. иностр. лит., 1957. — 555 с.
613. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Пер. с англ. Д.Борисов. — М.: Ультра. Культура, 2003. — 368 с.
614. Ребане Я.К. Информация и социальная память: К проблеме социальной детерминации познания // Вопросы философии. — 1982. — N 8.
615. Рензина И.М. Роль теории в обосновании методов социологического исследования: Автореферат дисс. ... канд. филос. наук. — М.: Изд-во МГУ, 1977. — 24 с.

616. Ритцер Дж. Современные социологические теории. — 5-е изд. — СПб.: Питер, 2002. — 688 с.
617. Рихтаржик К. Социология на путях познания / Пер. с чеш. Т.А.Орловой и Р.Е.Мельцера; Общ. ред. Н.С.Мансурова. — М.: Прогресс, 1981.
618. Різун В.В. Загальна характеристика масово-інформаційної діяльності: Лекція перша / Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. — К.: Б.в., 2000. — 34 с.
619. Різун В.В. Маси: Тексти лекцій. — К.: ВПЦ «Київський університет», 2003. — 118 с.
620. Різун В.В. Основи журналістики у відповідях та заувагах / Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. — К.: Б.в., 2004. — 80 с.
621. Різун В.В. Проблеми і перспективи розвитку журналістської освіти в Україні на початку ХХІ століття: Доповідь на Міжнародній науковій конференції «Журналістика 2004 у світлі підготовки журналістських кадрів», 27 травня 2004 року, Київ / Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. — К.: Б.в., 2004. — 19 с.
622. Різун В.В. а Теорія масової комунікації // <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=1>
623. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підручник. — К.: ВЦ «Просвіта», 2008. — 260 с.
624. Рікер П. Етика і мораль // Рікер П. Навколо політики. — К., 1995. — С. 269-283.
625. Ровенский З., Уемов А., Уемова Е. Машина и мысль. — М., 1960.
626. Рождественский Ю.В. Об одном из приемов семиотического анализа текстов массовой информации // Предмет семиотики: теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовой коммуникации: Материалы научного симпозиума «Семиотика средств массовой коммуникации». Москва, 20-23 ноября 1974 г. / Отв. ред. А.Г.Волков. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1975. — С. 119-136.
627. Рождественский Ю.В. О семантических особенностях текстов массовой коммуникации // Семиотика средств массовой коммуникации: Науч. семинар: В 2-х ч. — М.: Изд-во Моск. ун-та. — Ч. 1. — 1973. — С. 290-296.
628. Розин В.М. Существование, реальность, виртуальная реальность. Концепция виртуальных миров и научное познание // <http://sociologia.iatp.by/stat'i/s208.html>
629. Розумний М. Суспільні ідеї та сучасні механізми комунікації // Політичний менеджмент. — 2004. — № 6 (9). — С. 32-37.
630. Романов О.А. Япония: структурные реформы и программа развития информационного общества // Информационное общество. — 2002. — Вып. 1. — С. 71-72 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/8E4CE8536BV4E612C3256D570041E50F>
631. Рот К.-Х. Глобализация // [http://www.avtonom.org/lib/theory/rot\\_globalisation.html](http://www.avtonom.org/lib/theory/rot_globalisation.html)
632. Роузен Д. Громадянськи активна журналістика: погляд науковця. (Матеріали Програми сприяння парламентові України)
633. Рубинштейн С.А. Бытие и сознание. — М., 1957.
634. Рукавишников В.О. Анализ содержания личных документов // Методы сбора информации в социологических исследованиях. — Кн.2. Организационно-методические проблемы опроса. Анализ документов. Наблюдение. Эксперимент / Отв. ред. В.Г.Андреевков, О.М.Маслова. — М.: Наука, 1990.
635. Рукавишников В.О. Анализ содержания личных документов // Методы сбора данных: анализ документов, наблюдение, эксперимент. — М.: ИСИ, 1985.
636. Рушин Д. Современное состояние и исследование средств массовой информации в России // <http://www.prof.msu.ru/publ/omsk/44.htm>

637. Рьозер Ю. Зображення насильства // Вайшенберг З. Журналістика та медіа: Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / Перекл. з нім. П.Демешко та К.Макеев; За загал. ред. В.Ф.Іванова та О.В.Волошенюк. — К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. — С. 132-136.
638. Рязузова Т. Інтернет и его роль в формировании новой информационной сферы общественного взаимодействия // Массовая коммуникация и массовое сознание: Сборник научных статей / Под ред. В.Л.Артемова. — Вып 2. М.: МГИМО (У) МИД России, 2002. — С. 106-131.
639. Савельев Є. Глобалізація // Економічна енциклопедія. У трьох томах / Відп. ред. С.В. Мочерний. — Т.1. — К.: Видавн. центр «Академія», 2000. — С. 264-265.
640. Саганенко Г.И. Надежность результатов социологического исследования. — Л.: Наука, 1981. — 189 с.
641. Саганенко Г.И. Способы оценки надежности исходных социологических данных // Математические методы в социологическом исследовании. — М.: Наука, 1981. — С. 98-108.
642. Саламаха О. Глобалізація СМІ в процесі інтеграції Європи // Журналістика — 2005: на скриваванні часу і прасторі: Матеріали 7-ї Міжнародної науково-практичної конференції. — Вып. 7. — Мінск, 2005. — С. 129-131.
643. Сапунов В.И. Теоретико-методологический анализ современного медиапространства Запада в контексте концепций информационного общества // Акценты: Альманах. — Выпуск 7-8 (56-57). — Воронеж — 2005. — С. 6-17.
644. Сведенборг Э. О небесах, о мире духов и об аде. — СПб., 2000.— 470 с.
645. Селезнев М.С. Теория и методика советской археографии. — М., 1974.
646. Семенов В.Е. Метод изучения документов в социально-психологических исследованиях: Учебное пособие. — Л.: ЛГУ, 1983.
647. Семенов В.Е. Методы промышленной социальной психологии // Промышленная социальная психология / Под ред.Е.С.Кузьмина, А.А.Свенцицкого. — Л.: Изд-во Лен. ун-та, 1982.
648. Семенюк Е.П., Виноградов Г.І. Глобалізація: світло та тіні реального розвитку людства // Вісн. Житомир. держ. пед. ун-ту. — 2003. — N 12. — С. 15-18.
649. Серажим К. Текст як основний інструмент масової комунікації // Актуальні питання масової комунікації. — 2000. — Вип. 1. — С. 19-21.
650. Сесюнин В.Г. Анализ событийной информации по уровням // Предмет семиотики: теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовой коммуникации: Материалы научного симпозиума «Семиотика средств массовой коммуникации». Москва, 20-23 ноября 1974 г. / Отв. ред. А.Г.Волков. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1975.
651. Симкин Я.Р. Единство теории журналистики // Методы исследования журналистики / Отв. ред. Я.Р.Симкин. — Ростов-на-Дону: Изд-во Ростов. ун-та, 1981. — С. 4-14.
652. Сиберт Ф.С., Шрам У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. — М.: «Вагриус», 1998. — 223 с.
653. Ситников А.П., Гундарин М.В. Победа без победителей: Очерки теории прагматических коммуникаций. — М.: КГ «ИМИДЖ-Контакт», 2003. — 256 с.
654. Сідельніков В.П., Сушинська І.М. Деякі особливості сучасного комунікативного простору // Культура народов Причерноморья. — 2004. — N 49, Т.1. — С. 117-120
655. Скаленко О. Методологічні аспекти інформатизації суспільства // Українська журналістика — 97: Мат-ли наук.-практ. конф. / За загал. ред. А.Москаленка. — К.: ЦВП, 1997.



656. Скиден У. Глобальный вызов Бангеманна: о международной программе Европейской комиссии по интеграции городов в информационное общество // Информационное общество. — 1999. — Вып. 4. — С. 11–14 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/f07dde2e6e10d2bec32568e8003cde4b>
657. Скорынина Л.Ю. Казахстан на пути к информационному обществу // Информационное общество. — 2002. — Вып. 1. — С. 83–88 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/bd023cb3eeca83a2c3256d5700421b3d>
658. Смирнов В.В. Особенности речевого общения в радиокommunikации // Материалы межреспубликанской научной конференции «Современные методы исследования средств массовой коммуникации». Таллин, 29–30 сентября 1980 / Редкол. Триккель И. (Отв. ред.) и др.; Секция массовой коммуникации Прибалтийского отделения ССА, Гостелерадио ЭССР. — Таллин: Периодика, 1983.
659. Смирнов М.А. Информационная среда и развитие общества // Информационное общество. — 2001. — Вып. 5. — С. 50–54 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/ed5b20026789b14ac3256d0600676a7f>
660. Смирнова М.Г. Потенциальные возможности текста и проблема повышения эффективности деятельности СМИП // Материалы межреспубликанской научной конференции «Современные методы исследования средств массовой коммуникации». Таллин, 29–30 сентября 1980 / Редкол. Триккель И. (Отв. ред.) и др.; Секция массовой коммуникации Прибалтийского отделения ССА, Гостелерадио ЭССР. — Таллин: Периодика, 1983. — С. 207–211.
661. Смирнова М.Г. Роль текста в повышении эффективности СМИП // Проблемы эффективности средств массовой информации и пропаганды / Отв. ред. В.С.Коробейников. — Минск, 1981. — Ч.2. — С. 85–93.
662. Смирнова М.Г. Социологические исследования печати, радио и телевидения в развитых капиталистических странах. Учеб.-метод.пособие. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984.
663. Смолян Г.Л., Черешкин Д.С. О формировании информационного общества в России // Информационное общество. — 1998. — Вып. 6. — С. 8 — 13 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/6dc6986113f8d887c32569660043cded>
664. Смолян Г.Л., Черешкин Д.С. Социально-экономические предпосылки движения России к информационному обществу: Рукопись доклада на парламентских слушаниях 10 июня 1997 г. — М., 1997.
665. Смолян Г.Л., Черешкин Д.С., Штрик А.А. Перспективы вхождения России в глобальное информационное сообщество (некоторые результаты анализа зарубежного опыта) // Информационное общество. — 1999. — Вып. 6. — С. 52 — 54 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/899c29ee47061d4bc3256904002c62dd>
666. Соболевська М.О. Концепція постструктуралістського синтезу в соціології П.Бурдьє: Автореферат дис. ... канд. соц. наук. — К., 2003. — 18 с.
667. Советский энциклопедический словарь. — М., 1981.
668. Современная буржуазная философия. — М.: Изд-во МГУ, 1972.
669. Современная западная социология: Словарь / Сост. Ю.Н.Давыдов, М.С.Ковалева, А.Ф.Филиппов. — М.: Политиздат, 1990.
670. Современный словарь иностранных слов. — М., 1993.
671. Современный философский словарь. Изд. 2-е. — Лондон-М., 1998.
672. Соковнин В.М. О природе человеческого общения. Фрунзе, 1974.
673. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. — СПб., 2002 [http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b\\_id=398](http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=398)
674. Соколова И.В. Структура и функции социологии информатизации как новой специальной социологической теории // Информационное общество. — 1999. — № 5. — С. 30–33.

675. Соловьев А. Факультет медиавистики БГУ? // Журналістыка — 2005: на скрыжаванні часу і прасторы: Матэрыялы 7-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. — Вып. 7. — Мінск, 2005. — С. 93-95.
676. Сорокин П.А. Система социологии. — Т. 1. Социальная аналитика. — Л., 1920.
677. Сорокин Ю.А. Психолингвистические аспекты изучения текста. — М., 1985.
678. Сорокин Ю.А. Советские исследования по массовой коммуникации // Эмоциональное воздействие массовой коммуникации. Педагогические проблемы. — М., 1978.
679. Сорокина В.Н. Культура информационного общества / Введение в культурологию. Курс лекций / Под ред. Ю.Н. Солонина, Е.Г. Соколова. СПб., 2003. С.119-124 / [http://anthropology.ru/ru/texts/sorokina\\_v/cultintro\\_11.html](http://anthropology.ru/ru/texts/sorokina_v/cultintro_11.html)
680. Соссюр де Ф. Курс общей лингвистики. — М., 1933.
681. Социальная психология: Краткий очерк / Г.Г.Дилигенский, И.С.Кон, И.Т.Левыкин и др.; Под общ. ред. Г.П.Предвечного и Ю.А.Шерковина. — М.: Политиздат, 1975.
682. Социальные проблемы информационной эпохи // Информационное общество. — 2001. — Вып. 6. — С. 40-42 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/452b66c3cd471e44c3256d3d0024de13>
683. Социологические исследования. — Тбилиси: Изд-во Тбилисского ун-та, 1971.
684. Социологические исследования эффективности журналистики / Под ред. Я.Н.Засурского. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1986.
685. Социологические проблемы общественного мнения и деятельности средств массовой информации / Отв. ред. В.С.Коробейников. М.: ИСИ АН СССР, 1976. — 189 с.
686. Социологический справочник / Сост.: В.И.Тарасенко, В.И.Паниотто, А.И.Вишняк; Под общ.ред. В.И.Воловича. — К.: Политиздат Украины, 1990. — 382 с.
687. Социологическое исследование: Методы, методика, математика и статистика: Словарь-справочник / АН СССР. ИС; Отв. ред. Г.В.Осипов. — Т. 4. — М.: Наука, 1991.
688. Социология: Курс лекций / Под редакцией А.В.Миронова, В.В.Панферовой, В.М.Утенкова. — М., 1996.
689. Социология: Словарь-справочник. Т. 4. Социологическое исследование: Методы, методика, математика и статистика. — М.: Наука, 1991.
690. Социология журналистики: Теория, методология, практика / Прохоров Е.П., Фомичева И.Д., Свитич А.Г. и др.; Под ред. Прохорова Е.П. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981.
691. Социология и пропаганда / АН СССР. Институт социологических исследований; В.Н.Иванов, Г.А.Аванесова, С.Н.Быкова и др.; Отв. ред. В.Н.Иванов. — М.: Наука, 1986.
692. Социология сегодня: Проблемы и перспективы: Американская буржуазная социология середины XX века / Сокр. пер. с англ. Общ. ред. Г.В.Осипова. — М.: Прогресс, 1965.
693. Социология средств массовой коммуникации. Учеб. пособие / Под ред. Ю.П.Буданцева. — М.: Изд-во МГИМО, 1991.
694. Соціологія / За заг. ред. В.П.Андрущенко, М.І.Горлача. — К.-Харків: Б.в., 1998.
695. Соціологія: Навчальний посібник / За ред. С.О.Макеєва. — 3-ге вид., стер. — К.: Т-во «Знання», КОО, 2005. — 455 с.
696. Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы межвузовской научно-практической конференции / Под ред. В.И.Конькова. — СПб.: Роза Мира, 2003. — 308 с.

697. Средства массовой информации и пропаганды. Советская литература. 1986. — Ч. 1. Теория и практика советских средств массовой информации и пропаганды: Реферативный сборник. — М.: ИНИОН, 1987.
698. Степанов Ю.С. Семиотика. — М., 1971.
699. Стефанов Н. Теория и метод в общественных науках / Пер. с болг. И.С.Морозовой. — М.: Прогресс, 1967.
700. Стігліц Дж. Глобалізація та її тягар / Пер. з англ. А.Іщенко. — К.: Вид. дім «КМ Академія», 2003. — 252 с.
701. Сторі Д. Теорія культури та масова культура: Вступний курс. — Б.м.: Акта, 2005. — 359 с.
702. Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики // Новая технократическая волна на Западе / Под ред. П. С. Гуревича. М.: Прогресс, 1986. — С. 392-409. <http://philosophy.pu.ru/deps/tesphil/educat/courses/text/stoun.doc>
703. Суська О.О. Інформаційне поле особистості. Формування інформаційного вибору в умовах сучасного соціокультурного середовища: Монографія. — К.: ДАККІМ, 2003.
704. Суханов А.П. Проблемы эффективности массовой информации и пропаганды: (На материале Алтайского края): Автореферат дисс. ... канд. филос. наук: 09.620. — Томск, 1972.
705. Сюнтюренко О.В. Состояние и основные задачи развития научного информационного сообщества в России // Информационное общество. — 2000. — Вып. 6. — С. 6 — 11 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/fe3dadcc08124b08c3256a330032b078>
706. Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество: плюсы и минусы сетевого интеллекта. — К.: ITN Пресс; М.: Рефл-бук, 1999.
707. Тард Г. Социальные законы. — СПб, 1901.
708. Тейлор Ч. Мультикультурализм і «політика визнання». — К.: Альтерпрес, 2004. — 172 с.
709. Текст лекции «Методы сбора данных в социологическом исследовании» по дисциплине «Основы социологии и социальные проблемы НОТ» для студентов специальности 1753 и 1714. — М., 1967.
710. Теоретические проблемы информатики. — М., 1968.
711. Терин В.П. а Вспоминая Маршала Маклуэна // <http://ncdo.levsha.ru/Pub/025D.htm>
712. Терин В. П. б Глобальная деревня // [www.institute.org.ru/librari/articles/1013521031.html](http://www.institute.org.ru/librari/articles/1013521031.html)
713. Терин В.П. с Информационное и коммуникационное воздействие в условиях глобализации // <http://www.pr.ru/media>
714. Терин В.П. Массовая коммуникация. Социокультурные аспекты политического воздействия: исследование опыта Запада. — М., 1999.
715. Терин В.П. Массовая коммуникация: исследование опыта Запада: 2-е изд., перер. и доп. — М., 2000. — 224 с.
716. Терин В. П. Основные направления исследований теории массовой коммуникации // Социологические исследования. — 1997. — № 11. — С. 25-31.
717. Титченер Э.Б. Учебник психологии. — Г. 1. — М., 1914.
718. Тихонова Т.А. СМИ в Интернете // Информационное общество. — 1999. — Вып. 4. — С. 63 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/449ebf2781353713c32568f6002cdf00>
719. Ткачук Ю.В. Глобалізація в сфері політики: інститути і механізми наддержавного впливу: Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук. — Одеса, 2004. — 16 с.
720. Тоффлер Э. Метаморфозы власти: Пер. с англ. / Э. Тоффлер. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. — 669, [3] с. — (Philosophy).
721. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 1999. — 261 с.
722. Тоффлер А. Футурошок / Пер. с англ. — СПб.: Лань, 1997. — 464 с.

723. Третьяк Г.Е. Сущность коммуникации и ее место в социокультурной реальности. <http://www.festu.ru>
724. Тростников В.Н. Человек и информация. — М.: Наука, 1970.
725. Тунисская программа для информационного общества (Документ WSIS-05/TUNIS/DOC/6(Rev.1)R, 15 ноября 2005 года) (извлечения) // Законодательство и практика масс-медиа. — 2006. — №1. — С. 7-12.
726. Тунисское обязательство (Документ WSIS-05/TUNIS/DOC/7-R, 15 ноября 2005 года) // Законодательство и практика масс-медиа. — 2006. — №1. — С. 3-6.
727. Удовик С.А. Глобализация: семиотические подходы. М.: Рефл-бук, 2002. — 480 с.
728. Українська журналістика: вчора, сьогодні, завтра. — К., 1997.
729. Урсул А.Д. Гносеологические особенности научной дискуссии // Вопросы философии. — 1978. — № 3.
730. Урсул А.Д. Информация. Методологические аспекты. — М., 1971.
731. Уткин А.И. Глобализация: процесс и осмысление. — М.: Логос, 2001. — 254 с.
732. Уэбстер Ф. Теории информационного общества.- М.: Аспект Пресс, 2004.- 400 с.
733. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2003. — 400 с.
734. Федякин И.А. К вопросу об общей теории социальной информации // Современные буржуазные теории журналистики: Сб.ст. / Под ред. Я.Н. Засурского. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1967.
735. Федякин И.А. Общественное сознание и массовая коммуникация в буржуазном обществе. — М.: Наука, 1988.
736. Феллер М.Д. Текст як модель комунікативного акту (комунікативна ефективність тексту) // Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту: Зб. ст. / Різун В.В., Мамалига А.І., Феллер М.Д. — К.: РВЦ «Київський університет», 1998.
737. Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса / Пер. с англ. — СПб.: «Речь», 2000. — 320 с.
738. Философская энциклопедия: В 5 т. — М., 1964.
739. Философский словарь. — М.: Политиздат, 1972.
740. Философский словарь / Под ред. И. Т. Фролова. — М., 1986.
741. Философский энциклопедический словарь. — М.: Политиздат, 1983.
742. Финько О.А., Нестеров Ю.М. О программе информативно-правового обеспечения формирования в России информационного общества: Рукопись доклада на парламентских слушаниях 10 июня 1997 г. — М., 1997.
743. Фирсов Б.М. Массовая коммуникация в условиях различных социальных систем: Автореферат дисс. ... докт. филос. наук: 09.00.09. — М., 1979.
744. Фирсов Б.М. Пути развития средств массовой коммуникации (социологические наблюдения). — Л.: Наука, 1977.
745. Фирсов Б.М. Социальные проблемы телевидения: Автореферат дисс. ... канд. филос. наук. — Л., 1969.
746. Фиск Дж. Постмодернизм и телевидение // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — С. 174-179.
747. Фінклер Ю.Е. Мас-медіа та влада: Технологія взаємин: Монографія. — Львів: Аз-Арт, 2003. 212 с.
748. Флор О.М. Формування глобального інформаційного суспільства. Шлях України: Монографія. — К.: ВОП ІМВ КНУ ім. Тараса Шевченка, 2004. — 140 с.
749. Фомичева И.Д. Методика конкретных социологических исследований и печать: Лекции по курсу для ст-в фак-в и отд-й журналистики гос. ун-в. — М.: Изд-во Моск.ун-та, 1980.

750. Франкел Б. Постіндустріальні утопісти / Пер. з англ. О.Юдіна. — К.: Ніка-Центр, 2005. — 304 с.
751. Фримен К., Лука Ф. Як час спливає: Від епохи промислових революцій до інформаційної революції / Пер. з англ. Р.Ткачука. — К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. — 510 с.
752. Фрідман Т.Л. Лексус і оливкове дерево. Зрозуміти глобалізацію / Переклад з англійської М. Прокопович і Р. Скакуна. — Львів: І, 2002. <http://www.ji.lviv.ua/ji-library/friedman/friedman-zmist.htm>
753. Фрідман Ю.Л. Методи, методика та напрями дослідження зарубіжних засобів масової інформації: Дис. ... магістра: Спеціальність журналістика. — К., 2006. — 110 с.
754. Фукуяма Ф. Великий крах. Людська природа і відновлення соціального порядку / Пер. з англ. В.Дмитрука. — Львів: Кальварія, 2005. — 380 с.
755. Фукуяма Ф. Конец истории и последний человек / Перевод с английского М.Б. Левина. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2004.
756. Фуст В. Роль Глобального партнерства во имя Знания в развитии информационного общества и экономики знаний // Информационное общество. — 2002. — Вып. 1. — С. 16 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/1518E70E0A132011C3256D5700419C59>
757. Хабермас Ю. Демократия, разум, нравственность: Московские лекции и интервью. — М.: Academia, 1995.
758. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. — М.: Наука, 2001. — 384 с.
759. Хазебрінк У. Теорія споживання та задоволення // Вайшенберг З. Журналістика та медіа: Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / Перекл. з нім. П.Демешко та К.Макєєв; За загал. ред. В.Ф.Іванова та О.В.Волошенюк. — К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. — С. 490-492.
760. Хайдеггер М. Бытие и время. — М., 1997. [http://lib.ru/HEIDEGGER/bytie.txt#\\_Toc459301282](http://lib.ru/HEIDEGGER/bytie.txt#_Toc459301282)
761. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций? // Полис. — 1994. — № 1. — С.33-48.
762. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций // Философская и социологическая мысль. — 1996. — № 1-2.
763. Хараш А.У. Уровневая организация сообщения, его понятность и убедительность // Семиотика средств массовой коммуникации: Науч. семинар: В 2-х ч. — М.: Изд-во Моск. ун-та. — Ч. 1. — 1973.
764. Харкевич А.А. О ценности информации // Проблемы кибернетики. — Вып. 4. — М., 1960.
765. Хелд Д., Гольдблатт Д., Макгрю Э., Перратон Д. Глобальные трансформации. Политика, экономика и культура. — М.: Праксин, 2004. — 576 с.
766. Хижа Г.С. Будущее России — создание информационного общества XXI века // Информационное общество. — 2001. — Вып. 2. — С. 44-47 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/d07db6d03283ac9ec3256c4e0022e867>
767. Химанен П., Кастелс М. Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель / Пер. с англ. А.Калинина, Ю.Подороги. — М.: Логос, 2002. — 224 с.
768. Хмара Г.И. Некоторые проблемы управления системой массовой коммуникации // Из опыта конкретно-социологических исследований: Сб. ст. / Редкол. Д.Д.Лубсанов (отв. ред.) и др. — Вып. 11. — Улан-Удэ: Бурят. кн. изд-во, 1968.
769. Холличер В. Коммуникация, гоминизация и гуманизация // Проблемы философии и методологии современного естествознания. — М., 1973.
770. Хохлов Ю.Е. Информационная безопасность России в глобальном информационном обществе // Информационное общество. — 2002. — Вып. 1

- <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/f19b719d827d474cc3256d5700400bf0>
771. Хохлов Ю. Национальная стратегия и программа перехода России к информационному обществу // Информационное общество. — 2001. — Вып. 2. — С. 1 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/624c7726b1181af9c3256c4c002e96d8>
772. Хоц А.Ю. Информационная революция и этнические аспекты культуры современного общества: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук: Специальность 09.00.13 — философская антропология. — Ставрополь, 2001. — 23 с. <http://www.dissert.h10.ru/autoref/hocAU.html>
773. Хрестоматия по информатике / Юдаев А.В. (сост.) <http://www.i-u.ru/biblio/archive/noname%5Fhrestpointf>
774. Цацковский З. Регуляция, информация, сознание // Вопросы философии. — 1973. — № 5. — С. 84-85.
775. Цвылёв Р.И., Столповский Б.Г. Социальные трансформации в России. 1992-2004 гг. — М., 2005. — 176 с.
776. Ценностные ориентации личности и массовой коммуникации. — Тарту, 1968.
- 776а. Цимбаленко Є. Наукове розуміння інформатизації у теорії соціальних комунікацій : Монографія / Є. Цимбаленко. — К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2012. — 189 с.
777. Цуканов Е.А. Информатизация // Коммуникации в современном мире / Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Воронеж, 13—15 мая 2002 г. Под ред. проф. В.В. Тулупова. — С. 54-58.
778. Чаадаев П. Я. Полн. собр. соч. — М., 1991. — Т. 1.
779. Черешкин Д.С. О государственной программе построения информационного общества в России // Информационное общество. — 1999. — Вып. 1. — С. 14 — 16 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/c15c68e6664091ccc32568b00034e2fb>
780. Чернавский Д.С. О генерации ценной информации. Синергетическая парадигма: многообразие поисков и подходов / Отв. ред. В.И.Аршинов и др. — М.: Прогресс-Традиция, 2000. — 367 с.
781. Чернов А.А. Глобальная сетевая экономика в информационном обществе // Коринф. — № 35 (683). — Сентябрь 2002.
782. Чернов А.А. Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2003. — 232 с.
783. Чернов С. О семиотическом аспекте социальных явлений // Философско-психологические проблемы коммуникации. — Фрунзе: Илим, 1971.
784. Черняк Ю.И. Разработка системы экономической информации // Системы экономической информации. — М., 1967.
785. Черри К. Человек и информация. — М., 1972.
786. Чешков М.А. Глобалистика: предмет, проблемы и перспективы // Общественные науки и современность. — 1998. — №2. — С. 129-139. <http://www.ecsocman.edu.ru/ons/msg/165861.html>
787. Чешков М. Глобалізація: сутність, сучасна фаза, перспективи // І. — Число 19. — 2000.
788. Чешков М. Глобалізація: сутність, сучасна фаза, перспективи. // Глобалізація, Європейський союз та Україна. — С. 178-194.
789. Чічановський А., Стариш О. Інформаційний простір — основа інтеграційно-деінтеграційних процесів цивілізації // Публіцистика і політика: Збірник наукових праць. — Вип. 1 (6) / За заг. ред. проф. А.А.Чічановського. — К.: Грамота, 2009. — С. 7-40.
790. Чопп К., Донгес П. Політична комунікація // Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики,

- методи дослідження / За ред. Р.Блюма, М.Герольд, В.Іванова, В.Різуна. — К., 2001. — С. 115-143.
791. Чугунов А.В. Теоретические основания концепции «Информационного общества»: Учебно-методическое пособие по курсу «Интернет и политика» // Каф. политологии философского ф-та СПбГУ. — СПб, 2000. — 52 с. <http://NetHistory.Ru/biblio/1042577178.html>
792. Чумаков А.Н. Глобализация: контуры целостного мира. — М.: Проспект, 2005. — 430 с.
793. Шадрин А.Е. Современные представления об информационном обществе // [www.isn.ru/info/seminar-doc/InfSoc20.doc](http://www.isn.ru/info/seminar-doc/InfSoc20.doc)
794. Шадрин А.Е. Трансформация экономических и социально-политических институтов в условиях перехода к информационному обществу // Информационное общество. — 1999. — Вып. 2. — С. 27 — 33. [www.rvles.ieie.nsc.ru/parinov/artem1.htm](http://www.rvles.ieie.nsc.ru/parinov/artem1.htm)
795. Шайхитдинова С.К. К понятию «коммуникация» // Вестник Воронежского государственного университета: Серия: Филология, журналистика. — 2004. — № 2. — С. 162-168.
796. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: Учебник для вузов. — М.: ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. — 248 с.
797. Шарков Ф.И., Краснов П.С. Беседы с начинающим социологом. — Чебоксары: Чувашское кн. изд-во, 1989.
798. Шарков Ф.И., Родионов А.А. Социология массовой коммуникации: Учебное пособие. — Ч. 1. Техника и технология сбора и обработки информации. — М.: ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. — 264 с.
799. Шевченко В.Ф. Преса і соціологічні дослідження читача. Спецкурс. — К.: Вид-во Київ. ун-ту, 1972. — 93 с.
800. Шевчук О. Б., Голобуцький О. П. E-Ukraine. Інформаційне суспільство: бути чи не бути. — К, 2001. — 104 с.
801. Шенк М. Міжособистісна комунікація // Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За загал. ред. В.Ф.Іванова. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 566-579.
802. Шенк М. Переконання // Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За загал. ред. В.Ф.Іванова. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 566-579.
803. Шенкман Б.И. Духовное производство и его своеобразие // Вопросы философии. — 1966. — N 12.
804. Шеннон К. Работы по теории информации и кибернетике. — М.: Изд-во иностр. лит-ры, 1963. — 830 с.
805. Шеннон К. Теория связи в секретных системах // Клод Шеннон. Работы по теории информации и кибернетике / Перевод В.Ф.Писаренко. — М.: ИЛ, 1963. — С. 333-369.
806. Шералиева Р. Информация и коммуникация // Философско-психологические проблемы коммуникации: Сб. ст. / Отв. ред. А.А.Брудный. — Фрунзе: Илим, 1971. — С. 21-25.
807. Шеремет А.Н. Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ: Автореферат дисс. ... канд. соц. наук. — Екатеринбург, 2004. — 25 с.
808. Шеремет А.Н. Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ: Дисс. ... канд. соц. наук. — Екатеринбург, 2003. — 142 с.
809. Шерер Г. Спіраль мовчання // Вайшенберг З. Журналістика та медіа: Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / Перекл. з нім. П.Демешко та К.Макеев; За загал. ред. В.Ф.Іванова та О.В.Волошенко. — К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. — С. 443-445.
810. Шерковин Ю.А. К вопросу о природе и функциях массовой коммуникации в современных условиях // Материалы встречи социологов I: Методоло-

- гические проблемы исследования массовой коммуникации: Кяярику-1. — Тарту, 1967. — С. 8-40.
811. Шерковин Ю.А. О природе и функциях массовой коммуникации // Вестник Моск. ун-та. — Сер. Журналистика. — 1967. — N 6.
812. Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. — М., 1973.
813. Шестопал А.В. Развитие информационного общества и контуры нового мирового порядка // Рационализм и культура на пороге третьего тысячелетия: Материалы Третьего Российского философского конгресса (16-20 сентября 2002 г.). В 3 т. Т. 2: История древней и средневековой философии, история философии Нового и Новейшего времени, Русская философия, философия Востока, философия культуры, этика, эстетика. Коллоквиумы. Круглые столы. — Ростов-на-Дону, 2002. — С. 329-330.
814. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. — М., 1984.
815. Шиллингер Э. Проблемы и перспективы развития журналистской этики в России // <http://www.medialaw.ru/selfreg/5/08.htm>
816. Шкляр В.І. Преса і влада. — К.: Слав'янський діалог, 1995.
817. Шкондин М.В. СМИ или СМК: «конкурс» понятий // Журналистика в 2001 году: СМИ и вызовы нового века: Тезисы научно-практической конференции. — Часть V. — М.: Б.и., 2002. — С. 14-15.
818. Шкробко О.М. Применение коммуникационной модели Уэстли и Маклина к сетевым СМИ // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы межвузовской научно-практической конференции / Под ред. В.И.Конькова. — СПб.: Роза Мира, 2003. —С. 228-229.
819. Шляпентох. Проблемы репрезентативности социологической информации.
820. Шоль А. Теория систем // Вайшенберг З. Журналистика та медиа: Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / Перекл. з нім. П.Демешко та К.Макеев; За загал. ред. В.Ф.Іванова та О.В.Волошенюк. — К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. — С. 485-489.
821. Шрадер Х. Глобализация, (де)цивилизация и мораль // Журнал социологии и социальной антропологии. — 1999. — т. 1. — № 2 [http://www.soc.pu.ru/materials/golovin/reader/schrader/r\\_schrader.html](http://www.soc.pu.ru/materials/golovin/reader/schrader/r_schrader.html)
822. Шрейдер Ю.А. Лекции по этике. — М., 1994.
823. Шрейдер Ю.А. О количественных характеристиках семантической информации // НТИ. — 1963. — N 10.
824. Шрейдер Ю.А. Этика: Введение в предмет. — М., 1998.
825. Штанько Н. Сучасні комунікативні стратегії в контексті теорії інформаційного аналізу // Публіцистика і політика: Збірник наукових праць. — Вип. 2 / За загал. ред. проф. В.І.Шкляра. — К.: Б.в., 2001. — С. 47-54.
826. Штейнбух К. Автомат и человек. — М.: Советское радио, 1967.
827. Шубина Л.В. Общественное мнение об опросах общественного мнения // Социологические исследования. — 2005. — № 11. — С. 138-141.
828. Шукуров Э.Д. Концепция дополнительности и некоторые проблемы интересубъективности // Известия АН КиргССР. — 1970. — № 4.
829. Шульц В. а Новина // Публіцистика. Масова комунікація. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 502-537.
830. Шульц В. б Процес комунікації // Публіцистика. Масова комунікація. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 619-646.
831. Шумилина Т.В. Методы сбора информации в журналистике: Учеб.-метод. пособие. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1983.
832. Щелкунова Е.С. Текст в пространстве публицистики // Журналистика в 2001 году: СМИ и вызовы нового века: Тезисы научно-практической конференции. — Часть X. — М.: Б.и., 2002. — С. 27-28.



833. Щербина В.М. Образы інформаційного суспільства: соціологічна концептуалізація: Автореферат дис. ... докт. соц. наук. — К., 2006. — 23 с.
834. Щербина В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа (опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума») / Бердянский государственный педагогический институт. — Бердянск, 2001. — 252 с.
835. Эко У. Инновация и повторение // Философия эпохи постмодерна. — Минск, 1996.
836. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. — СПб., 1998.
837. Элмор Р. Терри. Словарь языка средств массовой информации США. — М., 1992.
838. Эмпирические социологические исследования в СССР: (1984-1986): Каталог. — В 2-х кн. / АН СССР. ИСИ; Отв. ред. Рыбакова Л.Н. и др. — М., 1988. — 239 с.
839. Энциклопедический социологический словарь. — М., 1995.
840. Этика СМИ. — М.: КноРус, 2003. — 260 с.
841. ЮНЕСКО. Международная комиссия по изучению проблем массовой коммуникации. Заключительный доклад. — 1980.
842. Юрлов Ф.Н. Социальные издержки глобализации // Социс. — 2001. — № 7. — С. 13-22.
843. Ядов В.А. Методология и процедуры социологических исследований. — Тарту: ТГУ, 1968.
844. Ядов В.А. Социологическое исследование. Методология, Программа. Методы. — М.: Наука, 1972.
845. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы / Отв. ред. В.Н.Иванов. — Изд. 2-е, перераб. и доп. — М.: Наука, 1987.
846. Язык в развитом социалистическом обществе: Социолингвистические проблемы функционирования средств массовой коммуникации в СССР / Под общ. ред. Дешериева Ю.Д.; АН СССР. Ин-т языкознания. — М.: Наука, 1983.
847. Яковец Ю.В. Глобализация и взаимодействие цивилизаций / Международный институт П.Сорокина — Н.Кондратьева. — М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2003. — 411 с.
848. Яковец Ю.В. Формирование постиндустриальной парадигмы: истоки и перспективы // Вопросы философии. — 1997. — № 1. — С. 3-18.
849. Яковлев И.П. О коммуникологии как науке о коммуникационных процессах // Вестн. Моск. Ун-та. — Сер. 18. Социология и политология. — 1999. — № 3.
850. Яковлев И.П. Основы теории коммуникаций. — СПб., 2001.
851. Яковлев И.П. Теория «привратника» о селекции информации // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы межвузовской научно-практической конференции / Под ред. В.И.Конькова. — СПб.: Роза Мира, 2003. — С. 233-234.
852. Якушев М.В. Информационное общество и правовое регулирование: новые проблемы теории и практики // Информационное общество. — 1999. — Вып. 1. — С. 40 — 43 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/2be96a4e09339699c32568b1003ab653>
853. Янковский С. Концепции общей теории информации // [www.n-t.org/tp/ng/oti.htm](http://www.n-t.org/tp/ng/oti.htm)
854. Ярош О. ЗМІ як дзеркало громадської думки. Проблеми коректної презентації результатів соціологічних опитувань // Контекст. — № 12. — С. 17-23.
855. Ясперс К. Смысл и назначение истории: Пер. с нем. — М.: Политиздат, 1991. — 527 с. (Мыслители XX в.)

856. Яцимирська М. Мова засобів масової інформації кінця ХХ століття // Актуальні проблеми журналістики: Збірник наукових праць. — Ужгород: МП «Ліра», 2001. — С. 485-488.
857. Яцимирська М. Психологічний феномен в сучасній комунікативістиці // Збірник праць кафедри української преси. — Вип. 3. — Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. — С. 368-370.
858. Altshull G.H. Agents of Power: the role of news media in human affairs. — New York and London: Longman, 1984.
859. Anders G. Die Antiquiertheit des Menschen. Munchen: Beck, 1956.
860. Anderson J. New Media & Globalization in the Internet Age // <http://www.mevic.org/keynote.html>
861. Ball-Rokeach S., DeFluer M.L. A dependency model of mass media effects // Communication Research. — 1976. — 3.
862. Bandura A. A social learning theory of aggression // Journal of Communication. — 1978. — № 28 (3). — P. 12-29.
863. Bandura A. Psychological mechanisms of aggression // M. von Cranach, K. Foppa, W. Lepenies & D. Ploog (Eds.), Human ethology: Claims and limits of a new discipline. — Cambridge: Cambridge University Press, 1979. — P. 316-356.
864. Bandura A. Psychological Modeling: Convicting Theories. — Chicago, 1971.
865. Bandura A. Self-efficacy mechanism in human agency // American Psychologist. — 1982. — № 37 (2). — P. 122—147.
866. Bandura A. Social foundations of thought and action. — Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1985.
867. Baudrillard J. Ecstasy of Communication // The Anti-Aesthetic. Essays on Postmodern Culture / Ed. H.Foster. — Port Townsend: Bay Press, 1983. — P. 126-133 (пер. Д.В.Михель).
868. Baudrillard J. Videowelt und fraktales Subjekt. 1989.
869. Bauer R. The process of influence from the point of view of social communication // C.Hollander. Current perspectives in social psychology. — N.Y., 1968.
870. Bell D. The Coming or Post-Industrial Society. A Venture in Social Forecasting. — London, 1974.
871. Beniger I.R. The control revolution: Technologic end economical origins of the information society. — Cambridge (Massachusetts); L., 1986.
872. Berelson B. Communication and Public Opinion // Communication in Modern Society. — Urbana, 1948.
873. Berelson B. Content Analysis in Communication Research. — Glencoe: Free Press, 1952.
874. Berger A.A. Media Analysis Techniques. — London: Sage, 1991.
875. Berkman R. Politics in the Media Age. — New York: McGraw Hill, 1986.
876. Biagi Sh. Media/Impact. An Introduction to Mass Media. — Belmont, 1992.
877. Blumer H. The Mass, the Public, and Public Opinion // Reader in Public Opinion and Communication / Ed. by Berelson B., Janowitz M. — N.Y., 1953.
878. Bourdieu P. In Other Words: Essays Towards a Reflexive Sociology. — Cambridge, UK: Polity Press, 1990.
879. Brauner J., Bickmann R. Cyber Society: Das Realszenario der Informationsgesellschaft: Die Kommunikationsgesellschaft. München-Düsseldorf, 1996.
880. Bretherton C., Porton G. Global Politics. — Blackwell Publishers Ltd, UK, 1996.
881. Brosius H.-B., Kepplinger H.M. The Agenda-Setting Function of Television News // Communication Research. — 1990. — 17. — P. 183-211.
882. Buckley W. Sociology and Modern System Theory. — Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. Buffalohead, W.Roger, 1967.
883. Burkart R. Kommunikationswissenschaft. — Wien u. a., 2002.

884. Bzesinski Zb. *Between Two Ages. America's Role in the Technetronic Era.* — N.Y., 1970.
885. Cantor J. «Mommy, I'm scared»: How TV and movies frighten children and what we can do to protect them. — San Diego, CA: Harcourt Brace, 1998.
886. Carlson J. *Television Entertainment and Political Socialization* // Vermeer J.P. In «Media» Res: Readings in Mass Media and American Politics. — N.Y.: McGraw-Hill, Inc, 1995. — P. 47-55.
887. Cazaneuve J. *Les pouvoirs de la television.* Gallimard. — P., 1970.
888. Charles W. *Mass Communications: A Sociological Perspective.* — N.Y.: Random House, 1959.
889. Cherry C. *On human communication.* — N.-Y., 1957.
890. Clark T. *Art and propaganda in the twentieth century.* New York, 1997.
891. Cline V., Croft R., Courrier S. *Desensitization of children to television violence* // *Journal of Personality and Social Psychology.* — 1973. — 27. — P. 360-365.
892. Cohen B.C. *The Press and the Foreign Policy.* — Princeton, NJ: Princeton University, 1963.
893. *Communication Theory/Uses and Gratifications* // Wikibooks [http://en.wikibooks.org/wiki/Communication\\_Theory/Uses\\_and\\_Gratifications](http://en.wikibooks.org/wiki/Communication_Theory/Uses_and_Gratifications)
894. *The Competitiveness of European Enterprises in the Face of Globalization — How it can be encourage / Communication from the Commission to the Council. The European Parliament. The Committee of the Regions and the Economic and Social Committee.* — Brussels, 1999.
895. Comstock G., Chaffee S., Katzman N., McCombs M. & Roberts D. *Television and Human Behavior.* — Hardcover, 1978.
896. Cooley Ch.H. *The Significance of Communication* // *Reader in Public Opinion and Communication* / Ed. by Berelson B., Janowitz M. — New York, 1953.
897. Cooley Ch.H. *The Theory of Transportation.* — Baltimore: American Economics Association, 1894.
898. Dance F., Larson C. *The Functions of Human Communications: A Theoretical Approach.* — NY: Holt, Rinehart & Winston, 1976.
899. Daverger M. *Methods des sciences sociales.* Presses universitaires de France. — Paris, 1964.
900. Davison W.Ph. *International political communication.* — N.Y., 1965.
901. Davison W.Ph. *The Third-Person Effect in Communication* // *Public Opinion Quarterly.* — 1983. — 47. — P. 1-15.
902. Dearing J.W., Everett M.R. *Agenda-Setting.* — Thousand Oaks usw. (Communications Concepts 6), 1996. — 187 p.
903. *Dependency Theory* <http://www.tcw.utwente.nl/theorieenoverzicht/Theory%20clusters/Mass%20Media/Dependency%20Theory.doc/>
904. Dexter L.A., White D.M. (eds.). *People, society and mass communication.* — N.Y., 1964.
905. *A Dictionary of Communication and Media Studies* / Ed. By J.Watson and A.Hill. — London, New York, Sydney, Aucland, 1997.
906. Donohue G.A., Tichenor P.J., Olein C.N. *Mass Media and Knowledge Gap* // *Communication Research.* — 1975. — 2.
907. Donsbach W. *Medienwirkung trotz Selektion. Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten.* — Köln, 1991.
908. Drabman R.S., Thomas M.H. *Does media violence increase children's toleration of real life aggression* // *Developmental Psychology.* — 1974. — # 10. — P. 418—421.
909. Drucker P.F. *Post-Capitalist Society.* — HarperBusiness, 1993. — 232 p.
910. Ellmore R.T. *Mass Media Dictionary.* — Lincolnwood, 1992.
911. *Encyclopedia of the New Economy.* — <http://www.hotwired.com/special/ene/>
912. Erikson E. *The Life Cycle Completed.* — New York: Norton, 1982.

913. Eron L.D., Huesmann L.R., Lefkowitz M.M. & Walder L.O. Does television violence cause aggression? // *American Psychologist*. — 1972. — # 27. — P. 253—263.
914. European Commission. Annual Economic Report // *European Economy*. — Brussels: EC. — No. 63. — 1997.
915. Fages J.B. *Comprendre le structuralisme*. — Priva, 1968.
916. Fages J.B. *Dictionnaire des media*. — P.: Mame, 1971.
917. Faia M.A. *Dynamic Functionalism: Strategy and Tactics*. — Cambridge: Cambridge University Press, 1986.
918. Federman J. (Ed.). *National television violence study*. — Vol. 3. — Executive summary. — Santa Barbara: Regents of the University of California, 1998.
919. Feshbach S. The Stimulation Versus Cathartic Effects of a Vicarious Aggressive Activity // *Journal of Abnormal and Social Psychology*. — 1961. — 63. — P. 381-385.
920. Finley M. Alvin Toffler and the Third Wave // [http:// www.skypoint.com/members/mfinley/toffler.htm](http://www.skypoint.com/members/mfinley/toffler.htm)
921. DeFleur M., Dennis E. *Understanding Mass Communications. A Liberal Arts Perspective*. — Boston, Toronto, Geneva, Illinois, Palo Alto, Princeton, New Jersey, 1996.
922. DeFleur M. *The Theories of Mass Communication*. — N.Y.: David McKay, 1966.
923. Folliet J. *L'information moderne et le droit a l'information*. — Lyon-Paris, 1969.
924. *The free press in the world*. — Naples, 1957.
925. Früh W., Schönbach K. Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkungen // *Publizistik*. — 27 (1982). — S. 74-88.
926. Funkhouser G.R. The Issues of the Sixties: An Exploratory Study in the Dynamics of Public Opinion // *Public Opinion Quarterly*. — 1973. — 37. — P. 62-75.
927. Funkhouser G.R. Trends in Media Coverage of the Issues of the Sixties // *Journalism Quarterly*. — 1973. — 50. — P. 533-538.
928. Galtung J., Ruge M. The Structure of Foreign News: The Presentation of Congo, Cuba and Cyprus in four Foreign Newspapers // *Journal of International Peace Research*. — 1965. — # 1. — P. 17-32.
929. Gerbner G. Global Media Mayhem // *Global Media Journal*. — Volume 1. — Issue 1. — Fall 2002. — Article No. 1 <http://lass.calumet.purdue.edu/cca/gmj/fa02/gmj-fa02-gerbner.htm>
930. Gerbner G., Gross L., Jackson-Beeck M., Jeffries-Fox S., Signorielli N. Cultural Indicators: Violence Profile. — # 9 // *Journal of Communication*. — 1978. — # 28.
931. Gerbner G., Gross L., Melody W. *Communications, Technology and Social Policy: Understanding the New «Cultural Revolution»*. — N.Y., London, Sidney, Toronto, 1973.
932. Gerbner G., Gross L., Morgan M., Singorelly N. Charting the Mainstream: Televisions Contributions to Political Orientations // *Journal of Communications*. — 1982. — 32. — P. 100-127.
933. Gerbner G., Gross L., Singorelly N., Morgan M., Jackson-Beeck M. The Demonstration of Power: Violence Profile No 10 // *Journal of Communications*. — 1979. — 29. — P. 177-196.
934. Gerbner G. Mass media and human communication theory // *Human Communication Theory / Dance F.E.X. (ed.)*. — N.Y.: Holt, Rinehart and Winston, 1967. — P. 40-57.
935. Gerbner G. Mass media and human communication theory // *Sociology of mass communication / Ed. by D.McQuail*. — Harmondsworth, 1972. — P. 35-58.
936. Giddens A. *The Consequences of Modernity*. — L., 1993.

937. Gore, Al. Basic Principles for Building an Information Society // Global Issues. Electronic Journals of The U.S. Information Agency. 1996. — Volume 1, — Number 12 <http://usinfo.state.gov/journals/itgic/0996/ijge/foc1.htm>
938. Gourevitch J.-P. La politique et ses images. P.: Edilig, 1986.
939. Gray J.A. The neuropsychology of anxiety: An enquiry into the functions on the septo-hippocambal system. — Oxford, New York: Clarendon Press, 1982. — 132 p.
940. Griffin Michael. From Cultural Imperialism to Transnational Commercialization: Shifting Paradigms in International Media Studies // Global Media Journal. — Volume 1. — Issue 1. — Fall 2002. — Article No. 6 <http://lass.calumet.purdue.edu/cca/gmj/fa02/gmj-fa02-griffin.htm>
941. Grimm J. Fernsehgewalt. Zuwendungsattraktivität — Erregungsverläufe — sozialer Effekt. Zur Begründung und praktischen Anwendung eines kognitiv-physiologischen Ansatzes der Medienrezeptionsforschung am Beispiel von Gewaltdarstellungen. — Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999. — 163 p.
942. Gunter B.G. The leisure experience: Selected properties // Journal of leisure research. — 1987. — P. 115-130.
943. Habermas J. Communication and the Evolution of Society. — Boston: Beacon Press, 1979.
944. Habermas J. Der Phisophische Diskurs der Moderne. — Frankfurt am Mein, 1985.
945. Habermas J. The Theory of Communicative Action. — Vol. 2. Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason. — Oxford-Cambridge, 1987.
946. Habermas J. Toward a Rational Society. — Boston: Beacon Press, 1970.
947. Habermas J. Vorbereitende Bemerkungen zu einer Theorie der kommunikativen Kompetenz // Habermas J., Luhmann N. Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie? — Frankfurt a.m., 1971.
948. Hagen L. Informationsqualität von Nachrichten. Messmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen. — Opladen, 1995.
949. Hannerz U. Cultural Complexity: Studies in the Social Organization of Meaning. — New York: Columbia University Press, 1992.
950. Harris H., Spark D. Practical newspaper reporting. — London, 1966.
951. Harvey D. The Condition of Postmodernity. — London, 1989.
952. Head S. Broadcasting in America. A Survey on Television and Radio. — Boston-Atlanta-Dallas-Geneva-Illinois-New Jersey-Palo Alto-London, 1976.
953. Heider F. Social Perception and Phenomenal Causality // Psychological Review. — 1944. — 51. — P. 358-374.
954. Henderson Britt S. Are So Called Successful Advertising Campaign Really Successful? // Journal of Advertising Research. — 1969. — 335. — P. 46-48.
955. Herzog H. Motivations and Gratifications of Daily Serial Listeners // Radio Research, 1942-1943 / Ed. by P.Lazarsfeld and F.Stanton. — New York, 1944.
956. Hirsch P.M. Occupational, Organizational, and Institutional Models in Mass Media Research: Towards and Integrated Framework // Strategies for Communication Research / P.M.Hirsch u.a. (Hrsg.). — Beverly Hills, 1977. — P. 13-42.
957. Horkheimer M., Adorno T. Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. — 1971.
958. Horton D., Wohl R. Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance // Psychiatry, vol. 16. — 1956. — 79 p.
959. Hovland C. Social Communication // Proceedings of American Philosophical Society. — 1948. — Vol. 92.
960. Huesmann L. R., Eron L. D. Television and the aggressive child: a cross-national comparison. — Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1986.
961. The Ideology of Information Age / Ed. By J.Slack and F.Fejes. — Norwood, 1987.

962. Iyengar Sh., Kinder D.R. More Than Meets the Eye: TV News, Priming, and Public Evaluations of the President // Comstock G.A. (Hrsg.) *Public Communication and Behavior*. — Orlando, 1986. — P. 135-171.
963. *International Encyclopedia of Communications* / Ed. by E.Barnouw, G.Gerbner, W.Schramm, T.L.Worth, L.Gross. — N.Y., Oxford. — V. IV. — 1989.
964. Irving, Larry. New Technology Benefits All Nations // An interview by Edmund Scherr in *Global Issues*. *Electronic Journals of the U.S. Information Agency*. — 1996. — Volume 1, Number 12. <http://usinfo.state.gov/journals/itgic/0996/ijge/foc2.htm>
965. Jacobson H. *Introduction* // *A mass communications dictionary*. — N.Y., 1961.
966. Jameson F. *Postmodernism, or Cultural Logic of Late Capitalism*. — Durham, 1991.
967. Jaspers K. *Idee der Universität*. — Berlin, 1923.
968. Jaspers K. *Philosophie*. — Bd. II. — Berlin, 1932.
969. JOMC 245: *Theories of Mass Communications* // <http://www.unc.edu/courses/2000fall/jomc245-001/texts.html>
970. Katz E., Lazarsfeld P.F. *Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Communications*. — N.Y.: Free Press, 1955.
971. Kaufmann F. *Karl Jaspers und die Philosophie der Kommunikation* // Schilp P. Hrsg & Karl Jaspers. — Stuttg., 1957.
972. Kennedy P. *Preparing for the Twenty-first Century*. — N.Y.: Random House, 1993.
973. Key V.O. *Public Opinion and American Democracy*. — N.Y., 1961.
974. Klapper J. *The Effects of Mass Communication*. — Glencoe (Il), 1966.
975. Knight Alan and Robertson Philip. *Empires of Information* // *Global Media Journal*. — Volume 2. — Issue 3. — Fall 2003. — Article No. 4 <http://lass.calumet.purdue.edu/cga/gmj/fa03/gmj-fa03-knight-robertson.htm>
976. Komito Lee. *Electronic Communities in an Information Society: paradise, mirage, or malaise?* <http://www.ucd.ie/lkomito/jod.htm>
977. Kreuzer H. *Fernsehforschung und Fernsehkritik*. — Goettingen, 1980.
978. Krippendorff K. *Information Theory. Structural Models for Qualitative Data*. Beverly Hills (Ca), 1986.
979. Krzysztofek K. *Komunikowanie miedzynarodowe: Inform., kultura, srodki masowego przekazu, stosunki miedzynar.* — W-wa: Panstw. wyd-wo nauk., 1983. — 364 s.
980. *The language of social research: A reader in the methodology of social research* / Ed. by P.F.Lazarsfeld & M.Rosenberg. — Glencoe: Free Press, 1962.
981. Lash S. *Introduction* // *Post-Structuralist and Post-Modernist Sociology*. — Aldershot, Eng.: Edward Elgar, 1991. — P. ix-xv.
982. Lasswell H.D., Leites and associates. *Language of politics*. — N.Y.: Studies in quantitative semantics, 1949.
983. Lasswell H.D. *Propaganda* // Jackall R. *Propaganda*. — N.Y.: University Press, 1995.
984. Lasswell H.D. *The Structure and Function of Communication in Society* // *The Communication of Ideas* / Ed. L. Bryson, L.B.Harber. — N.-Y.: Harper and Brothers, 1948.
985. Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. *The People's Choice. How the Voter Makes up his Mind in the Presidential Campaign*. — New-York: Free Press, 1944.
986. Lazarsfeld P., Merton R. *Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action* // *The Communication of Ideas* / Ed. L. Bryson, L.B.Harber. — N.-Y.: Harper and Brothers, 1948.
987. Lippmann W. *Public Opinion*. — N.Y.: MacMillan Company, 1957.
988. Luhmann N. *Ökologische Kommunikation*. — Opladen, 1986.

989. Luhmann N. Weltgesellschaft // Niklas Luhmann: Soziologische Aufklärung 2. Aufsätze zur Theorie der Gesellschaft. Opladen, 1975.
990. Lyons Jeffrey K. Media Globalization and its Effect upon International Communities: Seeking a Communication Theory Perspective // *Global Media Journal*. — Volume 4. — Issue 7. — Fall 2005. — Article No. 7 <http://lass.calumet.purdue.edu/cga/gmj/fa05/gmj-fa05-lyons.htm>
991. McCombs M.E., Shaw D.L. The agenda setting function of mass media // *Public Opinion Quarterly*. — 1972. — Vol. 36. — P. 176-187.
992. McGuire W. The Myth of Massive Media Impact: Savagings and Salvations // *Public Communication and Behaviour*. — 1986. — Vol. 1. — P. 173-257.
993. McLean's. — 1977. — March 7.
994. McLuhan M. At the Moment of Spurnik... // *Journal of Communication*. — Winter, 1976. — P. 48-58 (Пер. В.П.Терина).
995. McLuhan M. Culture of Our Business. — N.Y., Toronto, 1970.
996. McLuhan M. The Gutenberg Galaxy: The making of typographic man. — Toronto: University of Toronto Press, 1962.
997. McLuhan M. Hot & Cool. — N.Y., 1967.
998. McLuhan M. McLuhan's Laws of Media // *Technology and Culture*. — 1975. — V. 16. — # 1.
999. McLuhan M., McLuhan E. Laws of Media: The New Science. — Toronto, 1988.
1000. McLuhan M. The Mechanical Bridge. Folklore of Industrial Man. — London, 1967.
1001. McLuhan M. The medium is the message. A bantam book. — N.Y.-Toronto-London, 1967.
1002. McLuhan M. Myth and Mass Media // *Daedalus*. — 1959. — V. 88. — # 2.
1003. McLuhan M. Pro and Contra. — N.Y., 1968.
1004. McLuhan M. Understanding media: The Extension of Men. — N.Y., 1964.
1005. McNelly J.T. Intermediary Communicators in the International News // *Journalism Quarterly*. — 1959. — # 27. — P. 176-181.
1006. McQuail D., Blumer J.G., Brown J.R. The Television Audience: A Revised Perspective // McQuail D. (Hg.) *Sociology of Mass Communications*. — Harmondsworth, 1972. — P. 135-165.
1007. McQuail D. Mass Communication Theory: An Introduction. — L.: Newbury Park, Beverly Hills, New Delhi, 1987.
1008. McQuail D. Mass Communication Theory. An Introduction. — London: Sage, 1993.
1009. McQuail D. Mass Communication Theory. An Introduction. — London, Thousands Oaks, New Delhi, 1994.
1010. McQuail D. Media Performance: Mass Communication and the Public Interest. — Sage Publications, 1992. — 368 p.
1011. McQuail D. & Windahl S. Models: For the Study of Mass Communication. London: Longman, 1993. — 240 p.
1012. McShane D. Using the media. — London, 1979.
1013. Madge J. The Tools of Social Science. — London, 1953.
1014. Maletzke G. Psychologie der Massenkommunikation. — Hamburg, 1963.
1015. Maletzke G. Ziele und Wirkungen der Massenkommunikation. — Hamburg, 1976.
1016. Mander J. The Dark Side of Globalization: What the Media are Missing. <http://www.geocities.com/Athens/Acropolis/1232/global.html?20052>
1017. Markl H. Was wird aus Menschen, die unter Bildgewittern frühstücken? — Von der Mediengesellschaft zur Wissensgesellschaft // *Frankfurter Rundschau*. — 1997. — 25.06.
1018. Markley Oliver W. A Forum of Futurists // *Planning Review*. — 1995. — V 23. — N 6. — P. 13-15.
1019. Martin W.J. The Information Society. — L., 1988.

1020. Martin-Barbero J. *Communication, Culture and Hegemony*. — Newbury Park, Ca: Sage, 1993.
1021. Maslow A.H. *Motivation and Personality*. — New York: Harper, 1954.
1022. Maslow A.H. *Toward a Psychology of Being*. — Princeton (NJ): Van Mostrand, 1962.
1023. *Mass communication: A Book of Reading* / W.Schramm (Ed.). — 2 ed. — Urbana: University of Illinois Press, 1960.
1024. *Mass media and public opinion* // Wikipedia [http://en.wikipedia.org/wiki/Mass\\_media\\_and\\_public\\_opinion](http://en.wikipedia.org/wiki/Mass_media_and_public_opinion)
1025. Masuda Y. *The Information Society as Post-industrial Society*. — Wash., Bethesda, Md.: World Future Society, 1981. — 250 p. [http://www.friends-partners.org/utsumi/GPA-Taipei\\_8-15-01/References/Masuda/Masuda\\_1981.html](http://www.friends-partners.org/utsumi/GPA-Taipei_8-15-01/References/Masuda/Masuda_1981.html)
1026. Masuda Y. *Hypothesis on the genesis of Homo intelligens* // *Futures*. — 1985.
1027. Matteralt A. et M. *Histoire des théories de la communication*. — Paris, 2000.
1028. Mead G.H. *Mind, Self and Society*. — Chicago, 1934.
1029. Mermet J. «Democrature»: Comment les media transforment la democratie. — P.: Grasset, 1987.
1030. Merrill J.C. *The imperative of freedom*. — New York: Hastings House, 1974.
1031. Merten K. *Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozeßanalyse*. — Opladen, 1977.
1032. Miège B. *La société conquise par la communication*. — Grenoble, 1999.
1033. Miège B. *La pensée communicationnelle*. — Grenoble, 2000.
1034. Miller Emma. *Television, International Understanding and Globalization* // *Global Media Journal*. — Volume 3. — Issue 4. — Spring 2004. — Article No. 14 <http://lass.calumet.purdue.edu/cca/gmj/sp04/graduatesp04/gmj-sp04grad-miller.htm>
1035. Modelski G., Thompson W. *The Long and the Short of Global Politics in the Twenty-first Century: An Evolutionary Approach* // *International Studies Review*. — 1999. — Vol. 1. — Issue 2.
1036. *Modernization Theory* <http://www.tcw.utwente.nl/theorieenoverzicht/Theory%20clusters/Media,%20Culture%20and%20Society/Modernization%20Theory.doc/>
1037. *Le Monde*. — 1977. — 18 oct.
1038. Mott G.F. and others. *An Outline Survey of Journalism*. — NY, 1948.
1039. Mowlana H. *La circulation internationale de l'information: Analyse et bilan*. — P., 1985.
1040. Mowlana H. *International flow of information: a global report and analysis* // UNESCO. *Report and Papers Mass Communications*, 1985. — # 99. — 76 p.
1041. Mueller O. *Zum System unserer Massenkommunikationmittel (Rundfunk und Fernsehen)* // *Rundfunk Journalistik in Theorie und Praxis*. — H. 11 Berlin, 1967. — S. 29-30.
1042. Murdock G., Golding P. *Capitalism, Communication and Class Relations* // *Mass Communication and Society* / Ed. By J.Curran and al. — London, 1977.
1043. Nash W.R. *How newspapers work*. N.-Y.: Oxford pergamon press, 1964.
1044. Negrine R. *Politics and Mass Media in Britain*. — London etc., 1994.
1045. Nelson Richard Alan. *Tracking Propaganda to the Source: Tools for Analyzing Media Bias* // *Global Media Journal*. — Volume 2. — Issue 3. — Fall 2003. — Article No. 9 <http://lass.calumet.purdue.edu/cca/gmj/fa03/gmj-fa03-nelson.htm>
1046. Neuman W.R. *The Threshold of Public Attention* // *Public Opinion Quarterly*. — 1990. — Vol. 54. — P. 159-176.
1047. Noelle-Neumann E. *Advances of Spiral of Silence Research* // *KEIO Communication Review*. — 1989. — № 10.
1048. Nora S., Minc A. *The Computerization of Society. A Report to the President of France*. — Cambridge, L., 1980.



1049. Nordenstreng K., and Pielilainen J. Normative Theories of the Media: Lessons from Russia // *Media, Communications and the Open Society* / Ed. By Y.N.Zassoursky and E.Vartanova. — M., 1999.
1050. Office of Technology Assessment, U.S. Congress, *Critical Connections: Communications for the Future*, OTA-CIT-407. — Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1990.
1051. O'Hara R. *Media for the Millions*. — N.Y.: Holt, Rinehart and Winston, 1964.
1052. Ohmae, Kenichi. *The Borderless World*. — U.S.: Harper & Row, 1990. — 340 p.
1053. Osgood Ch.E. The Representational Model and Relevant Research Methods // I. de S. Pool (Ed.). *Royal Commission on the press. Minutes of evidence*. — London, 1948. — Cmd. 7416.
1054. Osgood Ch.E. The Representational Model and Relevant Research Methods // I. de S. Pool (Ed.). *Trends in Content Analysis*. — Urbana, 1959. — P. 33-88.
1055. Palmer Allan. Deceptive Transparency: Problems in the New Conceptual Framework of Global Communication // *Global Media Journal*. — Volume 3. — Issue 4. — Spring 2004. — Article No. 3 <http://lass.calumet.purdue.edu/cca/gmj/sp04/gmj-sp04-palmer.htm>
1056. Perloff R.M. Third-Person Effect Research 1983-1992: A Review and Synthesis // *International Journal in Public Opinion Research*. — 1993. — 5. — P. 167-184.
1057. Perloff R.M. The Third-Person Effect Research: A Review and Synthesis // *Media Psychology*. — 1999. — 1. — P. 353-378.
1058. Piatila V. On the Effects of Mass Media: Some Conceptual Viewpoints // Berg M. et al (eds.) *Current Theories in Scandinavian Mass Communication Research*. — Grenaa: GMT, 1975.
1059. Popper K. *Knowledge: Subjective versus Objective* // *Popper selections*. — Princeton, 1985. — P. 58-77.
1060. Poster M. *The Mode of Information: Poststructuralist and Social Context*. — Cambridge: Polity Press, 1990.
1061. Postman N. *Amusing Ourselves to Death*. — Penguin Books, 1985.
1062. *Propaganda and Communications in World History* / Ed. by H.Lasswell, D.Lerner, H.Speier. — Honolulu, 1979. — V. 1.
1063. Pross H. *Medienforschung*. — Darmstadt, 1972.
1064. Quera L. *Advertising Campaigns: Formulation and Tactics*. — Columbus, Ohio: Grid, 1973.
1065. Rad Mehdi Mohsenian. Globalization, Culture and Message Bazaar // *Global Media Journal*. — Volume 2. — Issue 3. — Fall 2003. — Article No. 12 <http://lass.calumet.purdue.edu/cca/gmj/fa04/gmj-fa04-mohsenianrad.htm>
1066. Rawnsley G.D. Radio diplomacy and propaganda. The BBC and VOA in international politics, 1956-1964. — Houndmills etc., 1996.
1067. Rayburn J.D., Palmgreen Ph. Merging Uses and Gratifications and Expectancy-Value Theory // *Communication Research*. — 11 (1984). — P. 537-562.
1068. Reaz Mahmood. Traveling Away from Culture The Dominance of Consumerism on the Travel Channel // *Global Media Journal*. — Volume 4. — Issue 6. — Spring 2005. — Article No. 10 <http://lass.calumet.purdue.edu/cca/gmj/sp05/graduatesp05/gmj-sp05gradref-mahmood.htm>
1069. Reuter E.B. *Handbook of sociology*. — N.Y., 1943.
1070. Riesman D. *La foule solitaire*. — P., 1964.
1071. Riesman D. *Leisure and Work in Post-Industrial Society* // Larrabee E., Meyersohn R. (eds.). *Mass Leisure*. — Glencoe (Ill.), 1958.
1072. Rivers W., Christians C., Schramm W. *Responsibility in Mass Communications*. — N.Y., 1980.
1073. Roberts D., Maccoby M. *Effects of Mass Communication* // G.Lindzey, E.Aronson (Hg.) *The Handbook of Social Psychology*. — 1985. — Vol. 2. — P. 539-598.

1074. Robinson J.P. Interpersonal Influence in Election Campaigns: Two Step Flow Hypotheses // *Public Opinion Quarterly*. — 1976. — 40. — P. 304-319.
1075. Rodrick D. Sense and Nonsense in the Globalization Debate // *Foreign Policy*. — 1997 (Summer). — # 107.
1076. Rogers E.M. A history of communication study. A biographical approach. — New York, 1994.
1077. Rogers E.M. *The Diffusion of Innovations*. — N.Y., 1983.
1078. Roghman K. Zuverlässigkeit // *Wörterbuch der Soziologie*. — Stuttgart, 1969.
1079. Rosenberg M.J. Cognitive Structure and Attitudinal Affect // *Journal of Abnormal and Social Psychology*. — 1956. — 53. — P. 367-372.
1080. Rosengren K.E. From field to frog ponds // *Journal of communication*. — 1993. — 43 (3).
1081. Royal Commission on the press. Minutes of evidence. — London, 1948. — Cmd. 7416.
1082. Sarcinelli U. Mediale Politikdarstellung und politisches Handeln: analytische Anmerkungen zu einer notwendigerweise spannungsreichen Beziehung // Jarren Otfried (Hg.): *Politische Kommunikation in Hoerfunk und Fernsehen. Elektronische Medien in der Bundesrepublik Deutschland*. — Oplander, 1994. — S. 35-50.
1083. Saussure de F. *Cours de linguistique generale*. — 1916.
1084. Schenk M. *Soziale Netzwerke und Kommunikation*. — Tübingen, 1984.
1085. Schiller H. *The mind managers*. — Boston, 1973.
1086. Schramm W. The challenge to communication research // *Introduction to mass communication research* / Ed. by P.Nafziger, D. White. — Louisiane State Univ. Press, 1968.
1087. Schramm W. a *How Communications Works* // Schramm W. (Hrsg.) *The Process and Effects of Mass Communication*. — Urbana (Il), 1954. — P. 3-26.
1088. Schramm W., Lyle J., Parker E.B. *Television in the Lives of Our Children*. — Stanford (CA): Stanford University Press, 1961.
1089. Schiller H.I. *Mass Communications and the American Empire*. — Boulder, Colo.: Westview Press, 1992.
1090. Schmolke M. *Theorie der Kommunikationsgeschichte* // R. Burkart, W. Hömberg (Hrsg.). *Kommunikationstheorien*. — 3. Aufl. — Wien, 2004. — P. 234-257.
1091. Schramm W. The nature of communication between humans // *The process and effects of effects of mass communication*. — Urbana, 1972. — P. 3-53.
1092. Schramm W. The nature of news // *Journalism Quarterly*. — 1949. — 26. — P. 259-269.
1093. Schramm W., Porter W. *Man, Women, Messages and Media. Understanding Human Communication*. — N.Y., Cambridge, 1982.
1094. Schramm W. b *The Process and Effects of Mass Communication*. — Urbana, 1954.
1095. Schudson M. *The Menu of Media Research* // *Media, Audience and Social Structure* / Ed. by Ball-Rokearch S.J., Cantor G.C. — Newbury Park, 1986.
1096. Schulz W. *Ausblick am Ende des Holzweges? Eine Übersicht über die Ansätze der neuen Wirkungsforschung* // *Publizistik*. — 1982. — 27. — S. 49-73.
1097. Schulz W. *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien*. — Freiburg, 1976.
1098. Schulz von Thun F. *Miteinander reden: Störungen und Klärungen. Psychologie der zwischenmenschlichen Kommunikation*. — Reinbek, 1981.
1099. Sears D.O., Freedman J.L. *Selective Exposure to Information: A Critical Review* // *Public Opinion Quarterly*. — 1967. — 31. — P. 194-213.
1100. Seymour-Ure C. *The Political Impact of Mass Media*. — London: Beverly Hills Sage, 1974.
1101. Shah H. *Journalism in the Age of Mass Media Globalization*. [http://www.idsnet.org/Papers/Communications/HEMANT\\_SHAH.HTM](http://www.idsnet.org/Papers/Communications/HEMANT_SHAH.HTM)

1102. Shannon C., Weaver W. The mathematical theory of communication. — Urbana, 1964.
1103. Shoemaker P.J., Reese S.D. Mediating the Message. Theories of Influence of Mass Media Content. — New York-London, 1991.
1104. Siebert F.S., Peterson T., Schramm W. Four theories of the press. — Urbana, 1956.
1105. Singer J.L., Singer D.G. Implications of childhood television viewing for cognition, imagination and emotion // J.Bryant & D.R.Anderson (Eds.). Children's understanding of television research in attention and comprehension. — New York: Academic Press. — P. 331-353.
1106. Sloterdijk P. Kritik der zynischen Vernunft. — Frankfurt a. M., 1983. Bd. 2.
1107. Smythe D. Some Observations on Theory of Communications // Audio-Visual Communication Review. — 1954. — Vol. 2.
1108. Sociology of mass communication / Ed. by D.McQuail. — Harmondsworth, 1972.
1109. Soskin W.F. Verbal Interaction in a Young Married Couple. — Lawrence (Kans.), 1963.
1110. Sparks C. Reading a Communism, Capitalism and the Mass Media. — L., 1998.
1111. Status Report on European Telework: Telework 1997, European Commission Report, 1997. <http://www.eto.org.uk/twork/tw97eto/>
1112. Stephenson W. Play Theory of Mass Communication. — Chicago, 1967.
1113. Television Quarterly. — 1967. — N 3.
1114. Tenny A. The scientific analysis of the press // Independent. — 1912. — Vol. 73.
1115. Theodorson S.A., Theodorson A.G. A Modern Dictionary of Sociology. — N.Y.: Cassell, 1969.
1116. Thomas M.H., Horton R.W, Lippincott E.C., Drabman R.S. Desensitization to portrayals of real-life aggression as a function of exposure to television violence // Journal of Personality and Social Psychology. — 1977. — # 35 (6). — P. 450—458.
1117. Thomas T.L. Deterring information warfare: a new strategic challenge // Parameters. — Winter 1996-1997.
1118. Thompson G. Introduction: situating globalization // International Social Science Journal. — UNESCO, No 160. — Vol. L. — No. 2. — 1999.
1119. Toffler A. and H. Creating a new civilization: the politics of the third wave // Harvard Journal of Law & Technology. — Volume 9, Number 1 Winter 1996. — Atlanta, Ga.: Turner Publishing, Inc. 1995. — 318 p.
1120. Trends in Content Analysis. — Urbana, 1959. — P. 33-88.
1121. Valaskakis K. Globalization as Theatre // International Social Science Journal. — UNESCO, No. 160. — Vol. L. — No. 2, Jun 1999.
1122. The Virtual Community: Introduction by Howard Rheingold <http://www.well.com/user/hrl/vcbookintro.html>
1123. Waters M. Globalization (Key Ideas). — London — New York: Routledge, 1995. — 180 p.
1124. Webster J.G., Phalen P. The Mass Media Audience: Rediscovering the Dominant Model. — Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 1997.
1125. White D.M. The «Gatekeepers»: A Case Study in the Selection of News // Journalism Quarterly. — 1950. — # 36.
1126. Wiio O.A. Information and communication: A conceptual analysis. — Helsinki, 1981.
1127. Williams F. The Communications Revolution. — London, New Delhi, 1982.
1128. Williams R. Communications. — London: Renguin, 1962.
1129. Williamson J. Decoding advertisements. Ideology and meaning in advertising. — London etc., 1978.

1130. Wirth L. Consensus and Mass Communication // Mass communication / Ed. by W.Schramm. — Urbana, 1966.
1131. Wolton D. Penser la communication. — Paris, 1996.
1132. Wright Ch. Functional analysis and mass communication // Dexter L.A., White D.M. (eds.). People, society and mass communication. — N.Y., 1964.
1133. Wright Ch. Mass Communications. A Sociological Perspective. — N.Y., 1986.
1134. Young P., Jesser P. The media and the military. From the Crimea to the Desert Strike. — Houndmills, 1997.
1135. Zammuner V.L. Speech Production Strategies in Discourse Planning. A Theoretical and Empirical Planning. — Marburg, 1981.

## Указатель

- Адорно Т. 299-303  
Аудитория 60, 74, 89, 116, 164, 187-189, 237, 250, 332, 392  
Ахмадулин Е.В. 154, 425, 442-445  
Бандура А. 256, 260  
Бард А. 612, 761  
Барт Р. 316320, 466  
Бахтин М.М. 328, 347  
Белл Д. 481, 498, 508-516, 586, 649, 753  
Бодрийяр Ж. 163, 196, 330-335, 467  
Бурдые П. 335-344, 467-471  
Виды коммуникации 54-57  
Винер Н. 16, 19, 53, 110, 292-294  
Виртуальная реальность 702-716  
Гейткипер 395-397  
Гербнер Дж. 61, 85, 171, 348-351, 430  
Глобализация 772-787  
Глобализация в сфере масс-медиа 841-846  
Государство в информационном обществе 672-679  
Грамши А. 719  
Дебор Г. 330, 347  
ван Дейк Т. 399-400  
Деррида Ж. 325-327, 466  
Документ 118-123  
Документ в массовой коммуникации 118-130  
Доступ к информации 679-683  
Дракер П. 609-610  
Знание 28-33, 609-610  
Зодерквист Я. 612, 761  
Йенсен Р. 610-612  
Иноземцев В. 617-624  
Интернет 702-716  
Информационная теория 292-297  
Информационное взаимодействие 10-28  
Информационное общество 480-770  
Информационные технологии 683-702  
Информационный взрыв 43-44  
Информация 10-28  
Инфосфера 95-97  
Кастельс М. 533-577  
Классификация документов 123-127  
Классификация информации 33-35  
Когнитивный диссонанс 245, 248  
Коммуникатор 186-188  
Коммуникация 44-54  
Костенко Н.В. 7, 71, 164, 174, 184, 231, 417, 458  
Критика информационного общества 645-656  
Культурологические теории 344-355  
Лазарсфельд П. 179, 199, 234, 266 270-274, 461  
Лассуэлл Г.Д. 6, 57, 72, 126, 158, 189, 227, 233, 266-269, 384, 419  
Левин К. 395-397  
Леви-Стросс К. 58, 320, 466  
Липпманн У. 111, 244, 459  
Лотман Ю.М. 227, 322-324, 442, 466  
Луман Н. 307-313  
МакКобс М. 391-395  
МакКуэл Д. 355-361  
МакЛюэн Г.М. 279-292  
Маркс К. 53, 62, 190, 300, 347, 370, 472, 619, 764  
Маркузе Г. 185, 227, 299-302, 355, 464  
Масс-медиа 142-174  
Массовая коммуникация 142-216  
Массы 188-199  
Масуда Й. 503-508  
Медианасилие 256, 259, 264  
Методология изучения массовой коммуникации 218-230  
Мид Дж.Г. 54, 69, 185, 344-345  
Милль Д. 368, 472  
Мильтон Д. 367-370, 375, 380, 382, 472  
Модели массовой коммуникации 418-456  
Неомарксистские теории 297-299

- Нозль-Нойманн Э. 183, 255, 276-277, 461-462
- Общение и коммуникация 57-69
- Особенности массовокоммуникационного процесса 86-89
- Повестка дня 391-395
- Политика в информационном обществе 672-679
- Понимание 60-61
- Постмодернизм 330-335
- Постмодернистская марксистская теория 297-299
- Постструктурализм 313-330
- Почепцов Г.Г. 28, 50, 55, 89, 112, 171, 229, 272, 315, 421
- Признаки и черты масс-медиа 168
- Ризун В.В. 76, 112, 197, 283, 418, 446, 843
- Свобода прессы 373, 390, 366-370
- Свойства информации 43-44
- Символический интеракционизм 185, 227, 344
- Системная теория 307-313
- Составляющие массовой коммуникации 44-95
- де Соссюр Ф. 313-316, 466
- Социальная информация 97-106
- Спираль молчания 461-462, 276-277
- Стандарты журналистики 402-418
- Стереотип 243-245, 498
- Стоуньер Т. 577-581
- Структура масс-медиа 155-161
- Структурализм 313-330
- Структурный функционализм 264-276
- Теории глобализации 787-831
- Теории журналистики 366-401
- Теории информационного общества 502-642
- Теории массовой коммуникации 218-366
- Теория «новых ориентаций» 240
- Теория адаптации к нововведениям 240
- Теория выстраивания приоритетов 241
- Теория гегемонии медиа 298
- Теория диффузии инноваций 275, 363
- Теория зависимости 235, 811
- Теория индивидуального функционализма 275
- Теория карнавала 901
- Теория коммуникативного действия 61, 303-306
- Теория культивирования 348, 471
- Теория обучения и теория познания 253-264
- Теория перформанса 346
- Теория пользы и удовлетворения 250-253
- Теория стимула-реакции 240
- Тоффлер Э. 514-533
- Условия функционирования массовой коммуникации 89
- Уэбстер Ф. 581-609
- Феноменологическая теория 276
- Фестингер Л. 236, 245-250, 460
- де Флер М. 235, 274, 425
- Формы существования информации 40-43
- Франкфуртская школа 299-307
- Фуко М. 319, 327, 535
- Фукуяма Ф. 614-617
- Функции массовой коммуникации 89-92
- Хабермас Ю. 61, 303-306, 465, 594, 843
- Ховленд К. 233, 237
- Хоркхаймер М. 299-300
- Цифровое неравенство 679-682
- Шеннон К. 18, 37, 110, 295, 426
- Шоу Д. 183, 234, 335, 392, 467, 473-474
- Шрамм У. 6, 165, 251, 268, 364, 370
- Экономика информационного общества 656-672
- Элементы массовокоммуникационной системы 92-95
- Эффекты массовой коммуникации 230-243

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

Массовая коммуникация

Иванов Валерий Феликсович

Верстка Е. Цимбаленко

Підписано до друку 15.01.2013 р. Формат 70х90/16.  
Гарнітура Bookman Old Style. Папір офсетний. Друк офсетний.  
Обл.-вид. арк. 56,25. Ум.-друк. арк. 65.  
Зам. № 120. Наклад 500 прим.

Віддруковано в друкарні ФОП Паливода А.В.  
03061, м. Київ, пр-т Відрадний, 95/Е.