

**Социология массовой коммуникации как
мультипарадигмальная дисциплина
(на примере сети Internet и звукозаписи)**

Курявский Алексей Юрьевич

Студент

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: akuryavski@gmail.com

Бурное развитие системы массовой коммуникации вызвало большой интерес в научных кругах в XX веке. Массовая коммуникация (МК, медиа) - систематическое распространение сообщений (через печать, радио, телевидение, кино, звукозапись, видеозапись) среди численно больших, рассредоточенных аудиторий с целью утверждения духовных ценностей данного общества и оказания идеологического, политического, экономического или организационного воздействия на оценки, мнения и поведение людей. Собственно, социология массовых коммуникаций - социологическая дисциплина, изучающая процессы функционирования и развития средств массовых коммуникаций, а также их социальную обусловленность и последствия деятельности. Именно в XX веке массовая коммуникация стала предметом многих концепций, теорий в рамках сложившихся научных парадигм.

Парадигмы массовой коммуникации:

1) Структурный функционализм

Пол Лазарсфельд и Роберт Мертон рассматривают МК в контексте организуемого ими социального действия и провоцируемых массовых вкусов.

Вследствие массового характера производства продукции, «культуриндустрия» звукозаписи оказывает огромное влияние на предпочтения людей, тем самым формируя вкус у публики на собственную продукцию. Иллюзия выбора достигается за счет переполненности рынка звукозаписи однообразным товаром, что в свою очередь приводит к потере индивидуальности, неспособности делать самостоятельный выбор, к усреднению и стандартизации, превращению людей в массы.

Никлас Луман в рамках теории социальных систем рассматривает масс медиа как некую систему, накладывающую свой отпечаток на интерпретацию реальности.

Примером может служить Internet, который изменяет восприятие реальности, становясь альтернативой телевидению. Материалы новостных лент в виртуальном пространстве отбираются с особой тщательностью и не отличаются разнообразием, что не дает возможности составить полной картины мира. Это в свою очередь приводит к искажению восприятия реальности.

2) Критическая теория (Франкфуртская школа)

Макс Хоркхаймер и Теодор Адорно утверждают, что массы получают от медиа не то, что сами хотят, а то, что им предлагается. Происходит подавление желаний, что неизбежно ведет к пассивности и конформизму. Технологии же массовой коммуникации стремятся изолировать людей друг от друга.

Фактически, и индустрия звукозаписи, и Internet занимают все более значимые места в жизни человека, вытесняя межличностное общение.

3) Постмодернизм

Маршал Маклюэн утверждает, что развитие средств массовой коммуникации влечет за собой изменение образа жизни, ценностей людей. Маклюэн называет эпоху господства электронных средств коммуникации – эпохой «глобальной деревни», так как передача информации осуществляется мгновенно на большие расстояния для массовой аудитории, тем самым создается образ присутствия в единой «глобальной деревне».

Самым ярким подтверждением выше сказанному является распространение информации при помощи сети Internet.

Жан Бодрийяр считает, что важнейшим средством для создания искусственной среды обитания является медиа. Средства массовой коммуникации выполняют функцию принудительной социализации. Бодрийяр вводит понятие симулякр, обозначая образ, потерявший связь с явлением от которого он произошел.

В «культуриндустрии» звукозаписи можно отметить существование симулякров. Имидж «звезд» часто оторван от реальных личностей.

Большинство теоретических концепций в области понимания массовой коммуникации сложились в XX веке, что свидетельствует о большом интересе ученых к данной проблеме, что в свою очередь объясняется резонансом, который вызвала массовая коммуникация в обществе. Рассмотренные в данной работе Internet и индустрия звукозаписи с точки зрения различных парадигм свидетельствуют о том, что социология массовой коммуникации является мультипарадигмальной дисциплиной. Учитывая тот факт, что данные институты mass media продолжают стремительно развиваться, можно предположить, что изучение данной проблематики останется столь же востребованным. Концепции же прошлого могут послужить отличным плацдармом для дальнейших теоретических изысканий.

Литература

1. Бакулев Г.П. (2005) Массовая коммуникация: западные теории и концепции. - М.: «Аспект-пресс».
2. Бакулев Г.П. (2002) Основные концепции массовой коммуникации - М.: «Аспект-пресс».
3. Дьякова Е.Г. и Трахтенберг А.Д. (1999) Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург: УрО РАН.
4. Назаров М.М. (2003) Массовая коммуникация. Введение в теорию и исследования. – М.: «Аванта плюс».