ИСТОРИЧЕСКИЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ КОММУНИКАЦИИ. МАНУФАКТУРНАЯ КОММУНИКАЦИОННАЯ СИСТЕМА («ЭПОХА ГУТТЕНБЕРГА»)

Выполнила:

студентка Файзуллина Эльвина Рустамовна 2 курса заочного отделения факультет философии и социологии направления подготовки «реклама и связи с общественностью»

КЛАССИФИКАЦИЯ ИСТОРИЧЕСКИХ ЭТАПОВ РАЗВИТИЯ КОММУНИКАЦИЙ

1. Общинная коммуникационная система (этап археокультурной словесности).

Более 35 тысяч лет — приблизительно с 40 тысячелетия до 3-4 тысячелетия до н.э.

2. Рукописная коммуникационная система (этап палеокультурной книжности).

Около 4,5 тысяч лет – с 3-4 тысячелетия до н.э. до второй половины XV в. н.э.

3. Мануфактурная коммуникационная система (этап неокультурной (мануфактурной) книжности)

Период интенсивного развития – со второй половины XV века до начала XIX века, т.е. около 350 лет.

4. Индустриальная коммуникационная система (этап неокультурной (индустриальной) книжности).

Около 150 лет - с начала XIX века до середины XX века.

5. Мультимедийная (цифровая) коммуникационная система (этап мультимедийности)

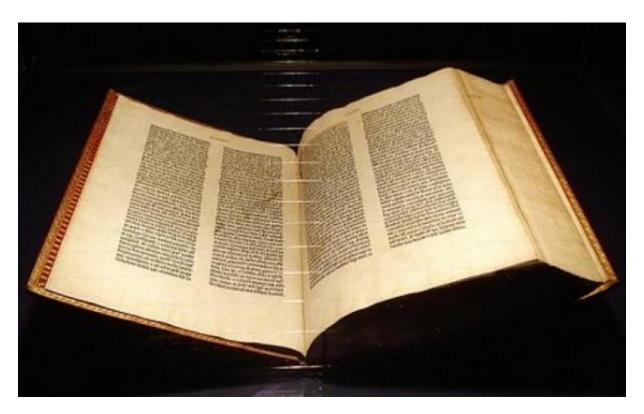
Доминирующая сегодня система, зародившаяся примерно в середине XX века и развивающаяся до сих пор, т.е. приблизительно 60 лет.

МАНУФАКТУРНАЯ КОММУНИКАЦИОННАЯ СИСТЕМА («ЭПОХА ГУТЕНБЕРГА»)



Изобретение печатного станка – вторая коммуникационная революция

Первые экземпляры (200 шт.) знаменитой двухтомной Библии Гутенберга были напечатаны в 1455 году



Основные черты

- 1. Печатный текст приобрёл черты массового.
- 2. Книга индивидуализирует процесс познания.
- 3. Сокращаются затраты на осуществление письменной (печатной) коммуникации.
- 4. Печать способствовала распространению и хранению знаний в стандартизированной форме.

- 5. Печать способствовала распространению и хранению знаний в стандартизированной форме.
- 6. Мануфактурное производство печатных текстов регулируется институционально.
- 7. Закрепление в печатных текстах норм литературного языка в дальнейшем привело к формированию национальных языков и способствовало светскому просвещению.
- 8. Печатные технологии способствовали росту интереса к актуальной информации.

«принцип востребованности» информации

Интересы, запросы и возможности аудитории становятся одним из решающих факторов в процессе массового распространения информации. Важно не только то, ЧТО сказано, но и КАК сказано.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!