

Модуль № 2

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

Составитель: доцент Пустовойт Ю.А.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- «В отличие от европейских коллег, - пишет З. Бауман, - первые американские социологи не имели времени для теоретизирования о природе своих занятий, они не утруждали себя философским обоснованием социологической практики. Вместо этого они всерьез решили показать, что доставляемое социологическим исследованием знание... может быть использовано для предсказания и манипулирования реальностью, для измерения ее в соответствии с нашими потребностями и намерениями, каковы бы они ни были и как бы они ни определялись и ни отбирались».
- *Бауман З. Мыслить социологически: Учеб. пособие / З. Бауман. – М.: Аспект Пресс, 1996. – С. 234.*

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

на первоначальном этапе своего развития медиа-исследования в основном сосредоточились на проблематике эффектов массовой.

- Во-первых, это **военно-политический запрос**: американское правительство, которое очень серьезно финансировало исследования медиа-эффектов на этом этапе, было заинтересовано в изучении результативности пропаганды во время Первой и Второй мировых войн.
- Во-вторых, это **политтехнологический запрос**: формирование электорального рынка на основе массового политического участия стимулировало изучение роли современных СМК в структуре набирающих силу новых технологий мобилизации сторонников в поддержку американских партий.
- В-третьих, это **маркетинговый запрос**: американский бизнес, ориентированный на разработку эффективных стратегий продвижения своих товаров на рынке, нуждался в серьезных эмпирических исследованиях роли рекламы в стимулировании потребления и того, как посредством современных медиа эти маркетинговые технологии можно сделать еще более эффективными. Позднее из этого направления исследований выделится целая самостоятельная отрасль – медиаметрия, обслуживающая современные маркетинговые технологии в области производства и распространения продуктов массовой культуры.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- «Попадая на улицы больших городов, за пределы действия четких и устойчивых ролевых дифференциаций, люди не могли не выступать анонимами по отношению друг к другу. Они должны были, далее, воспринимать друг друга в первую очередь не как каких-то конкретных личностей или функционеров, действующих в рамках устоявшейся системы организаций, а лишь весьма обобщенно и символически. При этом они не могли не обнаруживать, что зачастую готового и достаточно развитого языка, необходимого им для устойчивого общения друг с другом, у них просто не было».
-
- *Терин В.П. Указ соч. – С. 23.*

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа



Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- , **Герберт Блумер** предложил рассматривать ее как **элементарную спонтанно возникающую коллективную группировку**. «**Во-первых**, члены массы могут происходить... из всевозможных социальных слоев, масса может включать людей разного социального положения, культурного уровня и благосостояния. **Во-вторых**, масса состоит из анонимных индивидов. **В-третьих**, взаимодействие и обмен опытом между членами массы как таковыми не играют большой роли. Люди, составляющие массу, обычно отделены друг от друга более или менее значительным расстоянием, и их анонимность по отношению к друг другу выражается в том, что они не держатся вместе подобно толпе. **В-четвертых**, масса – это очень нечетко организованная общность, и, хотя она и должна рассматриваться как одно целое, неспособна – в отличие от той же толпы – действовать согласованно и целеустремленно».
-
- **Герберт Блумер** – классик американской социологии, представитель чикагской школы интеракционизма, один из крупнейших теоретиков, пытавшихся построить целостную концепцию «массового общества».
- Цит. по: *Терин В.П.* Указ. соч. – С. 19-20.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

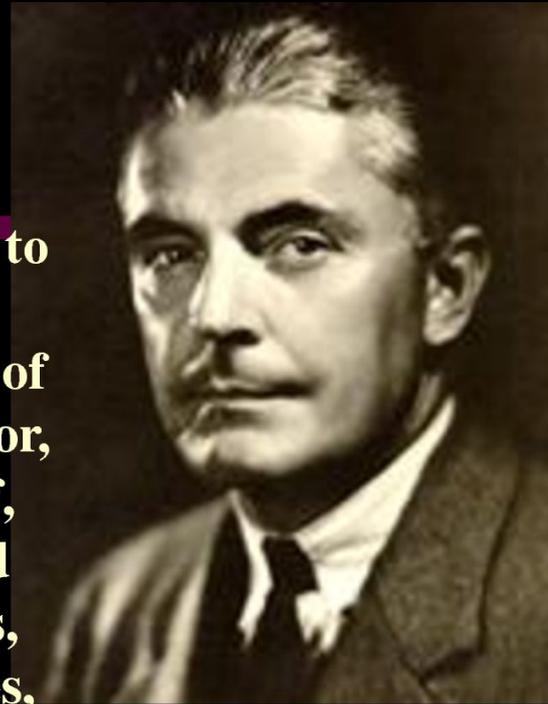
- *на первоначальном этапе своего развития социология массовых коммуникаций рассматривала аудиторию как анонимную и атомизированную массу, нуждающуюся в ориентации извне.*
- Методологическим фундаментом, на котором разрабатывались эмпирические исследования масс-медиа и технологий пропаганды, стали **бихевиоризм** и **фрейдизм**. Их сближение применительно к анализу массовой коммуникации объясняется тем, что эти исследовательские концепции объединяет тенденция вытеснения сознания за пределы собственно научного анализа.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- $S \rightarrow O \rightarrow R$,
- где S – это внешний стимул, O – организм, а точнее *психический* организм, который его воспринимает, а R представляет собой реакции, или ответы этого организма на поступившие раздражители.

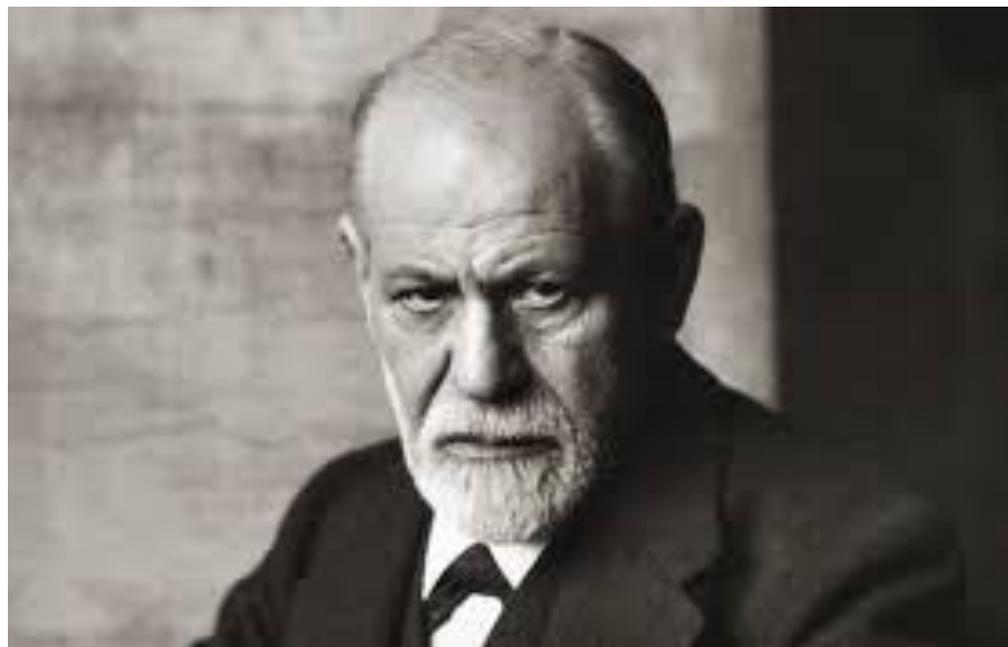
Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

“Give me a dozen healthy infants, well-formed, and my own specified world to bring them up in and I’ll guarantee to take any one at random and train him to become any type of specialist I might select - doctor, lawyer, artist, merchant, chief, and yes, even beggar-man and thief - regardless of his talents, penchants, tendencies, abilities, vocations, and race of his ancestors.”



John B. Watson, 1924
Behaviorism, p. 104

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа



Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- Первый элемент такой психической структуры – это **Оно** (Ид) – средоточие инстинктов, которые не зависят от сознания и воли человека, а лишь требуют слепого удовлетворения, но могут и подавляться, что зачастую приводит к формированию устойчивых психологических комплексов.
- Второй элемент – **Эго** (Я), которое несет ответственность за наблюдение за внешним миром, формированием правильного, рационального образа действительности, лишённого эмоциональных и иррациональных элементов восприятия и оценивания, идущих от Оно.
- Наконец, третий элемент – **Супер-эго** (Сверх-Я) включает моральные стандарты и запреты и поощрения, которые личность усваивает в детстве в основном от своих ближайших родственников. Супер-эго социально реализуется как феномен совести и может вызывать чувства вины и страха

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- Отечественный исследователь Г.П. Бакулев пишет в этой связи следующее: «Теоретики пропаганды использовали фрейдизм для весьма пессимистических интерпретаций влияния медиа. Утверждалось, что пропаганда будет наиболее эффективной в случае прямой **апелляции к Оно и побуждению его подавить Эго**. На основе сочетания элементов бихевиоризма и фрейдизма часто создавались теории, которые считали, что индивид не способен на рациональный самоконтроль. Предполагалось, что люди крайне уязвимы к манипуляциям медиа; стимулы медиа и Оно могут вызвать действия, которым не в силах помешать Эго и Суперэго. Потом Эго просто осмысливает поступки, которые он не смог предотвратить, и поэтому испытывает чувство вины».
- *Бакулев Г.П.* Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учеб. пособие для студентов вузов / Г.П. Бакулев. – М.: Аспект Пресс, 2005. – С. 38.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- На Лассуэлла произвели огромное впечатление пропагандистские успехи стран Антанты во время Первой мировой войны. Проанализировав их, он в 1927 году выпустил в свет книгу «Техники пропаганды в Первой мировой войне». Ориентируясь на бихевиористские стандарты, Лассуэлл определяет пропаганду как **«сознательно управляемую коммуникацию»**, которая стала мощнейшим орудием реализации политических целей, не требующим при этом использования прямого силового воздействия.. Пропаганда – это техническое устройство, орудие, которое само по себе не может быть плохим или хорошим. Все зависит от того, кто им пользуется. Поэтому пропагандистские технологии можно и нужно использовать в деле сплочения и интеграции нации.
- Через два года эта работа Лассуэлла будет переведена на русский язык и издана в СССР.
- Цит. по: *Черных А.* Мир современных медиа / А. Черных. – М.: «Территория будущего», 2007. – С. 21.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа



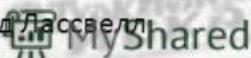
История метода

Лассуэлл (Лассвелл)
(Harold Dwight Lasswell,
1902-1978) –
американский
политолог,
представитель
бихевиористского
подхода в
политической науке и
один из основателей
чикагской школы
социологии.



Harold Lasswell

Гарольд Лассвелл



Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- Лассуэлл, впрочем как и многие ученые того времени, исходил из принципиальной установки, что массовая коммуникация непосредственно и напрямую воздействует на массовую пассивную аудиторию и имеет огромный убеждающий эффект. Такое воздействие он сравнивал с уколом или **«магической пулей»** - метафорой, которая станет очень распространенной в лексиконе специалистов по масс-медиа того времени.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- . **Второй этап развития социологии массовой коммуникации (1940-70 –е гг.):**
- Послевоенное развитие медиа-исследований в США пошло по пути постепенного отказа от представлений бихевиористов о характере массовой коммуникации. Господствующее положение в методологии социальных исследований занял **структурный функционализм**, теоретический язык которого определил как общее видение самого предмета медиа-штудий, так и характер исследовательских вопросов и гипотез.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- В 1933 году **Людвиг фон Берталанфи** ввел специальный термин «**общая теория систем**» и обосновал основные принципы и понятия системного подхода как универсального научного метода. В дальнейшем системные идеи реализовались в **кибернетике**
- Необходимо отметить тот факт, что Берталанфи испытал влияние русского ученого и видного социалиста **А.А. Богданова**, который в самом начале XX века предложил организационный подход в общественности, разработав принципы «всеобщей организационной науки» - **тектологии**, которая считается первой серьезной попыткой построения системно-кибернетической модели научного познания. Берталанфи прочитал работу Богданова «Тектология» в 1930 году, когда работал в Берлине, где она была напечатана по-немецки.
- Отцом кибернетики считается американский математик **Норберт Винер**, обосновавший в одноименном труде основные положения этой науки.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- Центральное понятие – **система** рассматривается как совокупность элементов, взаимосвязанных между собой таким образом, что возникает определенная целостность, единство.
- Система характеризуется следующими особенностями:
- 1. **целостность** – свойства целого принципиально несводимы к сумме свойств составляющих его элементов, зависимость каждого элемента системы от его места и функции в системе;
- 2. **структурность** – поведение системы обусловлено не столько особенностями её отдельных элементов, сколько свойствами её структуры;
- 3. **взаимозависимость системы и среды** – система формирует и проявляет свои свойства в процессе взаимодействия со средой;
- 4. **иерархичность** – каждый компонент системы, в свою очередь, может рассматриваться как система, а исследуемая в данном случае система сама является элементом более широкой системы;
- 5. **множественность описаний** – в силу принципиальной сложности каждой системы её адекватное познание требует построения множества различных моделей, каждая из которых описывает лишь определённый аспект системы.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- Система состоит из **элементов**, которые определенным образом взаимосвязаны между собой. Эти взаимосвязи создают в системе новые свойства, которые не были присущи элементам по отдельности, вне системной связи. Такое возникновение новых качеств, которые нельзя свести к свойствам элементов системы называется **эмерджентностью**. Элементы системы упорядочены и организованы. Соответственно сеть упорядоченных и устойчивых связей между элементами называется **структурой**. Структура играет в системе важнейшую роль, т.к. выступает способом её организации – формирует элементы системы. Структурно организованные элементы выполняют в системе определённые роли. Эти роли являются **функциями**.
- Американский социолог **Роберт Мертон** подчеркивал, что функции всегда ориентированы на удовлетворение потребностей системы в самосохранении и адаптации к окружающей среде. Противоположность функции - **дисфункция**, которая не способствует выживанию и адаптации системы, а дезорганизует сложившиеся конструктивные взаимосвязи элементов. Кроме того, функции по Мертону бывают **явными** и **латентными**. Явные функции – это действия, которые. Как явные, так и латентные функции могут вызывать как конструктивные так и деструктивные следствия в социальной системе.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- Во-первых, каждый объект научного анализа рассматривается как системная целостность, которая обладает характерной для него структурой и функциями.
- Во-вторых, система взаимодействует со своей внешней средой.
- В-третьих, в системе имеют место постоянно присущие ей и регулярно повторяющиеся процессы

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- Активная экспансия системной методологии в область социологических исследований происходит после Второй мировой войны, когда в США оформляется новая научная школа – **структурный функционализм**.
- Сторонники этого подхода рассматривали общественную жизнь как бесконечное множество и переплетение человеческих взаимодействий. Эти взаимодействия **происходят в системе**. Соответственно чтобы понять общество, необходимо вычленить структуры, т.е. то, что относительно стабильно и устойчиво и проанализировать функции, т.е. то, что исполняется структурными элементами. Иными словами, **«системы не состоят из людей. В системах люди участвуют. Структуры не связаны однозначно с конкретными индивидами, но являются позициями участия индивидов в системе»**. Любые системы стремятся к выживанию через взаимодействие с внешним миром. Поэтому существует определенный набор требований, который должен выполняться, чтобы система существовала.
- *Филиппов А. Ф.* Функциональный подход в социологии // Современная западная социология: Словарь / Сост.: Ю.Н. Давыдов, М.С. Ковалева, А.Ф. Филиппов. – М.: Политиздат, 1990. – С. 382.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

■ Роберт Кинг Мертон

(1910 - 2003) –
американский
социолог

«Социальная теория и
социальная
структура»



Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- Фактически речь шла о том, чтобы снабдить управленцев технологиям, которые бы эффективно поддерживали существующие в обществе социальные отношения и минимизировали конфликты. А они традиционно рассматривались как источник дисфункций. В этой связи, анализируя развитие функционализма середины XX века, классик системных исследований в социологии **Никлас Луман** в своих лекциях студентам-социологам подчеркивал: «Система понималась... как что-то техническое, как инструмент планирования, как инструмент моделирования социальных институтов, как инструмент в помощь плановикам, которые, впрочем, не думали ни о чём другом, кроме как повторить, улучшить и рационализировать существующие отношения».
- *Луман Н. Введение в системную теорию / Н. Луман. – М.: Изд-во «Логос», 2007. – С. 17.* Этот курс лекций Луман прочитал студентам Билефельдского университета в зимнем семестре 1991-92 гг., где он и преподавал.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- *масс-медиа ориентированы не на изменение и критику системы, а на поддержание культурного образца, неких общих, значимых для всех членов общества нормативных представлений о социальном мире.*
- Критики данного видения роли медийных институтов делают акцент на том, что на самом деле социальный консенсус, на достижение которого ориентированы масс-медиа, всегда маскирует конфликт интересов и реализуется в угоду доминирующих социальных сил и элитных групп. Подчиненное большинство в этом случае превращается в объект символического манипулирования, а СМК становится проводником политики «верхов».

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- Одним из первых свой набор функций предложил Лассуэлл. Он писал: «Любой процесс может быть изучен в двух аспектах, а именно, структурном и функциональном. В данном случае анализ коммуникации будет связан со специфическими реализациями ряда функций. Эти функции могут быть определены как 1) **наблюдение или надзор за окружающей обстановкой**; 2) **обеспечение взаимосвязи частей общества в соответствии с изменениями среды**; 3) **передача социального наследия или опыта от одного поколения к другому**». К этим трем функциям социолог С. Райт добавил четвертую – **развлекательную, которая не только транслирует культурные образцы массе, но и расслабляет, снимая напряжение, помогая современным жителям индустриальных городов справляться с социально-психологическими проблемами**. В дальнейшем выделенные Лассуэллом и Райтом функции станут называть **«четырьмя классическими функциями медиа»**.
-
- *Лассуэлл Г.* Структура и функции коммуникации в обществе // Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество: Введение в теорию и исследования / М.М. Назаров. – М.: «Аванти плюс», 2004. – С. 234.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- Свою версию видения функциональных характеристик масс-медиа предложили **Пол Лазарсфельд** и **Роберт Мертон**. Общей посылкой их рассуждений является тезис о **сильной преувеличенности представлений о социальной роли масс-медиа в современном обществе**. В этой связи они пишут, что «многие чувствуют себя обманутыми. Это похоже на первый неудачный любовный опыт... В течение нескольких поколений люди боролись за увеличение времени досуга. Однако теперь люди реализуют его больше в связи с Радио Колумбия, нежели в связи с Колумбийским университетом».
- *Лазарсфельд П., Мертон Р.* Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие // Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество: Введение в теорию и исследования / М.М. Назаров. – М.: «Аванти плюс», 2004. – С. 245.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- Первая функция – **присвоение статуса** «Внимание средств массовой коммуникации свидетельствует, что объект сообщения достоин быть выделенным из анонимной массы, его поведение и мнение достаточно важны для всех».
- Вторая функция – **укрепление социальных норм** «Поскольку многие индивиды находят нормы обременительными, то существует некоторая мера терпимости при приложении их как к себе самому, так и к другим. Отсюда возникает девиантное поведение и индивидуальная терпимость к его проявлениям. Однако это продолжается только до тех пор, когда индивид не проявляет своих нормативных предпочтений публично... Публичность оказывает давление в большей степени на единичную, нежели на двойную мораль, противодействуя ее постоянной эрозии. Происходит апелляция к публичному подтверждению моральных представлений». Средства массовой коммуникации, демонстрируя отклонения, приковывают к ним общественное внимание, собственно делая их публичными и, тем самым, работая на укрепление социальных норм как неких общих правил жизни в «большом мире».
- Наконец, третья функция – это **дисфункция наркотизации**. Она связана с проявлением апатии и инертности со стороны масс по отношению к политическим и социальным проблемам общества. Лазарсфельд и Мертон подчеркивают, что доступность массовой коммуникации вызывает информированность, которая носит лишь поверхностный характер. За ней очень часто скрывается массовая апатия. Происходит своеобразное усыпление, наркотизация аудитории. В такой ситуации не происходит активации социального действия: гражданин может быть информированным, но при этом совершенно оторванным от принятия реальных решений и действий. Парадоксально, но **информированность посредством масс-медиа провоцирует апатию и пассивность «усталостью сострадать»**.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- **Основные функции массовой коммуникации на уровне общества Дэниса Маккуэйла** – ведущего мирового специалиста в области медиа-исследований, последователя Анненбергской школы коммуникативистики.
- **1. Информационная функция:**
 - обеспечение информацией о событиях и условиях жизни в обществе и мире;
 - сигнализирование об отношениях с властью;
 - информационное обеспечение инноваций и адаптаций к ним.
- **2. Функция социальной связи (корреляции):**
 - интерпретация происходящих событий;
 - поддержание существующих властных отношений и социальных норм;
 - социализация;
 - координация разнонаправленной социальной активности;
 - формирование консенсуса.
- **3. Функция обеспечения преемственности:**
 - выражение образцов доминирующей культуры, «узнавание» субкультур и культурных инноваций;
 - формирование и поддержание общности социальных ценностей.
- **4. Функция развлечения:**
 - обеспечение возможностей для развлечения и расслабления;
 - снижение социальной напряженности.
- **5. Функция мобилизации:**
 - организация кампаний по актуальным темам политики, экономики, социальной сферы и др.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- **Функции массовой коммуникации на уровне индивида.**
- **1. Информационная функция:**
 - получение информации о событиях и условиях жизни непосредственного окружения, общества и мира в целом;
 - обучение и самообразование;
 - получение информации для принятия необходимых решений.
- **2. Функция личностной идентификации:**
 - подкрепление индивидуальных ценностей;
 - получение информации о моделях и нормах поведения;
 - идентификация с ценностями других;
 - достижение понимания самого себя.
- **3. Функция социальной интеграции и общения:**
 - формирование основы для социального общения;
 - помощь в реализации социальных ролей и понимании статуса «другого» как партнера по социальному взаимодействию;
 - возможность общения с семьей «значимыми другими» и обществом.
- **4. Функция развлеченя:**
 - эмоциональная разрядка;
 - заполнение свободного времени;
 - эскапизм, уход от проблем;
 - получение эстетических переживаний;
 - сексуальное возбуждение.
- Необходимо отметить, что **выделенные функции в определенном плане обладают и дисфункциональным потенциалом.**

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа



Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- В 1940 году, во время предвыборной президентской кампании Франклина Д. Рузвельта и Уэнделла Уилки, **П. Лазарсфельд, Б. Берельсон и Х. Годэ** изучали электоральное поведение избирателей в округе Эри штата Огайо. Результатом их работы стал выход в свет классической и очень известной работы по медиа-исследованиям «Выбор народа». В этом исследовании авторы продемонстрировали, что **не СМК, а межличностные контакты людей в первичных группах оказывают определяющее воздействие на их электоральный выбор и интерпретацию политической проблематики**. Теория была подробно доработана в 1955 году при изучении формирования мнений в г. Декатур, штат Иллинойс.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- **модель многоступенчатого потока коммуникации.** Как пишут Р. Хиз и Дж. Брайант, «более поздние исследования привели к выводу, что влияние лидеров общественного мнения не всегда было «нисходящим», как в случае истолкования новостей для менее информированной аудитории. Как выяснилось, лидеры общественного мнения передавали информацию «по восходящей» производителям новостей..., а также «по горизонтали», т.е. другим лидерам общественного мнения. Дальнейшее изучение межличностной коммуникации показало, что осознание индивидом своей принадлежности к определенной организации, религиозной конфессии или другой социальной группе оказывает сильное влияние на выбор информации... Нормы социальной группы служат, по-видимому, критериями «социальной реальности», построенной на сходных и общих верованиях, убеждениях, мнениях и интересах, которые, как правило, образуют барьеры, защищающие от массовой информации, противоречащей позиции группы.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- **Карл Ховлэнд** (1912-1961) был профессором Йельского университета, который вошел в историю медиа-исследований своими работами, посвященными воздействию обучающих и пропагандистских фильмов на американских солдат во время Второй мировой войны. В целом его работы четко показали бесперспективность лассуэлловской версии медиа-воздействия и поставили на повестку дня необходимость смещения социологического анализа на уровень группового восприятия (потребления) информации.
- Во время войны Ховлэнд возглавлял экспериментальный сектор в составе отделения информации и просвещения сухопутных войск США. Его задачей было исследовать изменение установок солдат при просмотре пропагандистских документальных фильмов из серии «Почему мы сражаемся».

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- **гипотезу о дифференцированном воздействии коммуникации.** Тезисно ее суть состоит в следующем: группы, или аудитории масс-медиа, состоят из конкретных людей, которые дифференцированы на уровне особенностей индивидуальной психической структуры. Эта дифференциация определяет характер медиа-потребления и отношение индивидов не только к сообщениям масс-медиа, но и к другим звеньям коммуникативной цепочки, особенно к источнику. В ходе лабораторных экспериментов со студентами Ховлэнд выявил различные типы личностей с разной степенью внушаемости (или убеждаемости), за которой стояли индивидуальные различия в психологических установках. Таким образом, **«именно структура психики определяет тип восприятия, а соответственно и воздействия коммуникации на индивида и его поведение».** В целом эта модель получила в последствии название **психодинамической и активно использовалась в социологических исследованиях аудитории массовой коммуникации.**
- Черных А. Мир современных медиа / А. Черных. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2007. – С. 24.

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- ***эффект воздействия массовой информационной (рекламной) кампании возрастает, если четко соблюдать адресность сообщений, ориентированных на конкретные целевые группы аудитории (потребителей).***



Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- Своего рода итогом в пересмотре концепции «магической пули» в американской коммуникативистике стала вышедшая в 1960 году монография ученика Пола Лазарсфельда **Джозефа Клаппера** «The Effects of Mass Communication» («Эффекты массовой коммуникации»), которая была основана на его докторской диссертации, которую он защитил в Колумбийском университете.
- Клаппер считается социологом, который выдвинул и обосновал **теорию ограниченного воздействия масс-медиа** (или, иначе, ограниченных эффектов)

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- 1. Массовая коммуникация *обычно* не является необходимой и достаточной причиной воздействия на аудиторию, функционируя скорее между опосредующими факторами и влияниями и через них.
- 2. Эти опосредующие факторы таковы, что, как правило, превращают массовую коммуникацию во второстепенную, а не единственную причину в процессе укрепления существующих условий. Независимо от данных условий...и независимо от того, является ли это воздействие индивидуальным или социальным, масс-медиа **скорее усиливают, чем изменяют эти намерения.**

Системно-структурный подход к анализу масс-медиа

- 3. В тех случаях, когда массовая коммуникация все-таки выполняет функцию изменения, вероятно наличие одного из двух условий:
 - а) Опосредующие факторы не действуют, поэтому воздействие СМИ оказывается прямым;
 - б) Опосредующие факторы, обычно способствующие усилению, будут содействовать изменениям.
- 4. Остаются определенные ситуации, в которых СМК, по-видимому, оказывают непосредственное воздействие либо же непосредственно и сами по себе выполняют определенные психофизические функции.
- 5. Эффективность массовой коммуникации либо как второстепенной причины, либо как источника непосредственного воздействия определяется различными аспектами самих СМИ или же коммуникативной ситуацией, включая, например, особенности текстовой организации, характер источника и тип средства передачи информации, существующее общественное мнение и тому подобные факторы.
- См.: *Брайант Дж.* Основы воздействия СМИ / Дж. Брайант, С. Томпсон. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2004. – С. 72.