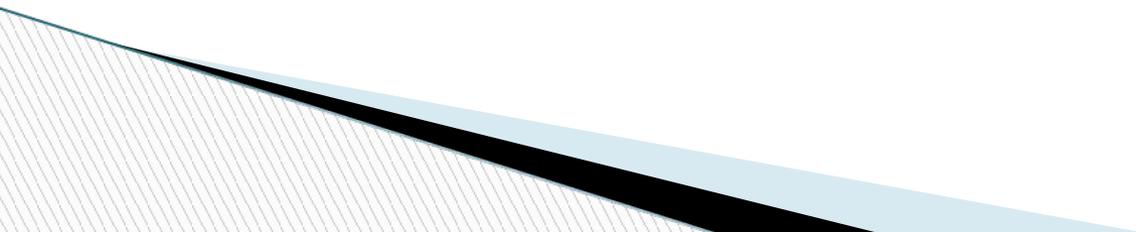
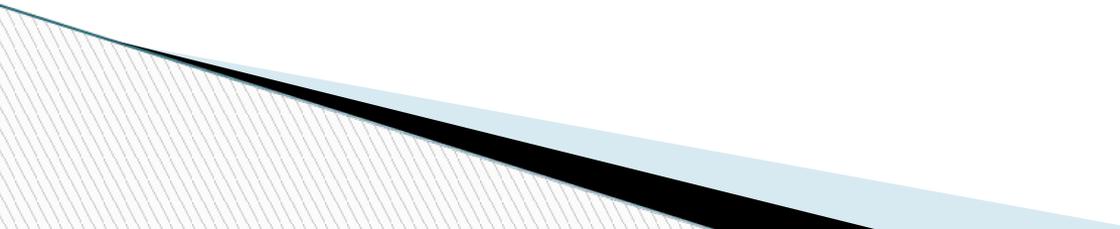


# Современная медиасреда в РФ

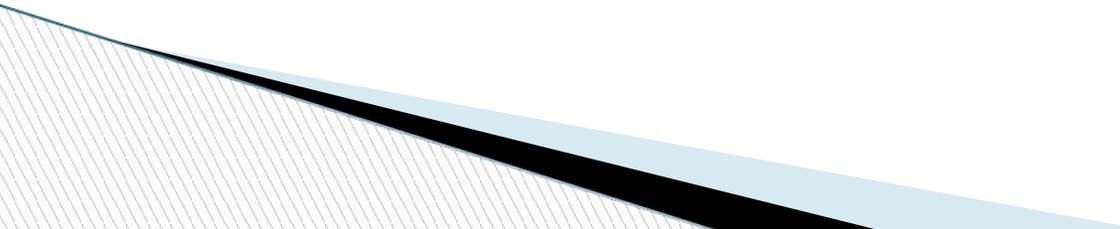
## лекция 1



# Что такое информация?

- Некоторые сведения, совокупность каких-либо знаний, независимо от формы их представления.
  - Информация существует в любом материальном объекте в виде многообразия его состояний и передается от объекта к объекту в процессе их взаимодействия.
  - Существование информации как объективного свойства материи логически вытекает из известных фундаментальных свойств материи — структурности, непрерывного изменения (движения) и взаимодействия материальных объектов.
- 

# Классификация информации по способу восприятия:

- Визуальная — воспринимаемая органами зрения.
  - Аудиальная — воспринимаемая органами слуха.
  - Тактильная — воспринимаемая тактильными рецепторами.
  - Обонятельная — воспринимаемая обонятельными рецепторами.
  - Вкусовая — воспринимаемая вкусowymi рецепторами.
- 

# Классификация информации по форме представления:

- Текстовая — передаваемая в виде символов, предназначенных обозначать лексемы языка.
- Числовая — в виде цифр и знаков, обозначающих математические действия.
- Графическая — в виде изображений, предметов, графиков (фото, инфографика).
- Звуковая — устная или в виде записи и передачи лексем языка аудиальным путём.
- Видеоинформация Видеоинформация — передаваемая в виде видеозаписи.

# Классификация информации по назначению

- ▣ Массовая Массовая — содержит тривиальные сведения и оперирует набором понятий, понятным большей части социума.
- ▣ **Специальная** — содержит специфический набор понятий, при использовании происходит передача сведений, которые могут быть не понятны основной массе социума, но необходимы и понятны в рамках узкой социальной группы, где используется данная информация.
- ▣ **Секретная** — передаваемая узкому кругу лиц и по закрытым (защищённым) каналам.
- ▣ Личная (приватная) — набор сведений о какой-либо личности, определяющий социальное положение и типы социальных взаимодействий внутри популяции.

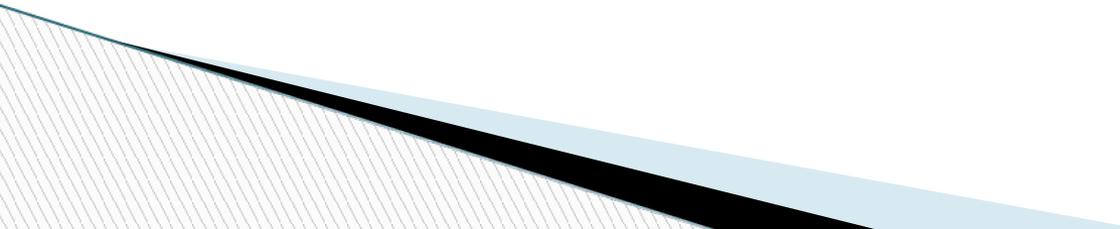
# Классификация информации по значению

- Актуальная — информация, ценная в данный момент времени.
- Достоверная — информация, полученная без искажений.
- Понятная — информация, выраженная на языке, понятном тому, кому она предназначена.
- Полная — информация, достаточная для принятия правильного решения или понимания.
- Полезная — полезность информации определяется субъектом, получившим информацию в зависимости от объёма возможностей её использования.

# Классификация информации по истинности

- истинная
- ложная

# Коммуникация:

- Передача информации (идей, образов, установок, оценок) от лица к лицу, от одной культурной единицы к другой;
  - Канал, соединяющий участников обмена информацией;
  - Взаимодействие, с помощью которого информация передается и принимается;
  - Процесс передачи и приема информации.
- 

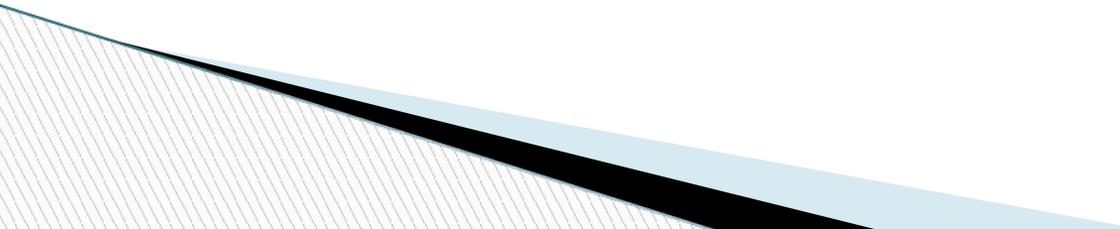
# Виды коммуникации:

- **МЕЖЛИЧНОСТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ** (взаимодействие двух и более индивидов, полностью детерминированное их межличностными связями и индивидуальными характеристиками и независимое от групп принадлежности)
- **МЕЖГРУППОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ** (взаимодействие людей, полностью детерминированное их принадлежностью к различным группам и независимое от их межиндивидуальных связей и личностных характеристик)
- **МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ** (возникает на определенном этапе развития общества и определяется как процесс массового производства и массового распространения информации через технические средства – печать, радио, телевидение, звукозапись, видеозапись и пр.)

# Пирамида коммуникации



# Основные характеристики массовой коммуникации

- Осуществление коммуникативных процессов с помощью технических средств.
  - Доступность информации всем желающим.
  - Массовая рассредоточенность аудитории.
- 

# Определение массовой

**Массовая коммуникация – КОММУНИКАЦИИ** – процесс производства массового сознания *средствами массовой коммуникации (СМК)* — периодической печатью, радио и телевидением, средствами электронной коммуникации. МК предполагает производство сообщений, рассчитанных на массовое сознание, и их передачу соответствующими техническими средствами.

МК — особая форма связи и общения. СМК представляют собой способ производства, хранения и распространения всевозможной информации с заложенными в ней ценностями, рассчитанный на массовое восприятие.

МК является частью современного общества с его экономикой, политикой и культурой. Массовая коммуникация не только имеет непосредственное отношение ко всем этим процессам, но и сама предстает в связи с этим как одна из важнейших глобальных проблем, от решения которой зависит развитие всей человеческой цивилизации.

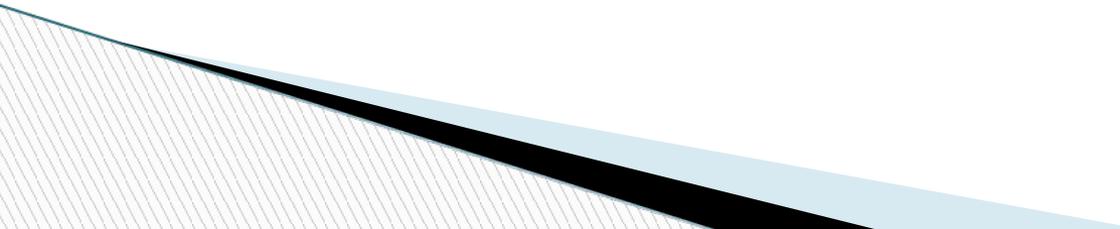
- «МК- систематическое распространение сообщений среди численно больших рассредоточенных аудиторий с целью воздействия на оценки, мнения и поведение людей»<sup>[1]</sup>;
- «Массовая коммуникация представляет собой институционализированное производство и массовое распространение символических материалов посредством передачи и накопления информации»<sup>[2]</sup>.
- «МК— это особая среда формирования, распространения и функционирования социально-значимой информации, целями которой является воздействие на социальные группы и отдельные личности»<sup>[3]</sup>.

[1] Философский энциклопедический словарь. М. 1989.

[2] Thompson J.V. Ideology and Modern Culture. Oxford: Polity Press. 1990.

[3] Ольшанский Д.В. Психология масс. СПб., 2001

# Характеристики МК:

- 1) надличностный характер, коммуникативный процесс, в кот-м сигналы направлены множеству вероятных адресатов;
  - 2) опосредованность, общение происходит, главным образом, через СМИ и другие технические средства;
  - 3) социальная ориентация, воздействие на социальные группы;
  - 4) институциональность, обусловлена созданием символов «коммуникационным институтом», т.е. группой лиц, осуществляющей наполнение, редактирование, цензуру, озвучивание;
  - 5) анонимность и массовость аудитории;
  - 6) однонаправленность коммуникативных ролей, выраженная в ограниченности обратной связи или возможном её отсутствии.
- 

# Массовая коммуникация имеет следующие особенности:

- использование технических средств, которые устанавливают постоянность и тиражированность;
- общественная значимость информации, содействующая повышению мотивации массовой коммуникации;
- массовость аудитории, которая вследствие распространения на большие расстояния и анонимности требует скрупулезно обдуманной ценностной ориентации;
- многоканальность и возможность выбора коммуникативных средств, которые должны обеспечить как вариативность, так и одновременно с этим нормативность массовой коммуникации.

Массовую коммуникацию определяет специфика аудитории и коммуникатора. Стрoение массовой коммуникации в современном обществе выглядит как сложная система, призванная соединить индивида и технические средства массовой коммуникации.

# Различие СМИ и СМК



- ▣ **СМИ - часть СМК**
- ▣ СМК включают в себя, помимо СМИ, ряд **социальных институтов**, зачастую не всегда очевидных. Например, слухи – это коммуникационный канал, по которому распространяется неофициальная и неформальная информация. Средства массовой информации – это и организованная редакция, и база для печати, и распространение, и аудитория.
- ▣ *СМИ в основном распространяют информационные поводы, в то время как в среде СМК значительную часть занимает распространение знаний, повествования об обычных, а не неординарных событиях.*

# Средства массовой коммуникации

- Средства массовой информации — совокупность органов публичной передачи информации с помощью технических средств; до сих пор более употребительное в русском языке обозначение средств повседневной практики сбора, обработки и распространения сообщений массовым аудиториям.
- Современная система СМК делится на три вида информационных каналов: СМИ, телекоммуникацию и информатику.
- «Характерной чертой массмедиа является то, что они предстают в качестве антипроводника, что они нетранзитивны, что они антикоммуникативны, — если мы примем определение коммуникации как обмена, как пространство взаимосвязи слова и ответа, а следовательно и ответственности, — что они вовсе не обладают психологической и моральной ответственностью...»
  - (Ж. Бодрийяр)

# СМК = медиа?

«Media», множественное число от «medium»:

- средства массовой информации,
- окружающая среда,
- среда обитания,
- средства и пути передачи информации.

Медиа, согласно теории М. Маклюэна, дороги, транспорт, географ. карты, книги, дома, одежда, игры, СМИ, оружие...

Medium is the message.

Ж. Бодрийяр к СМК относил референдумы, граффити.

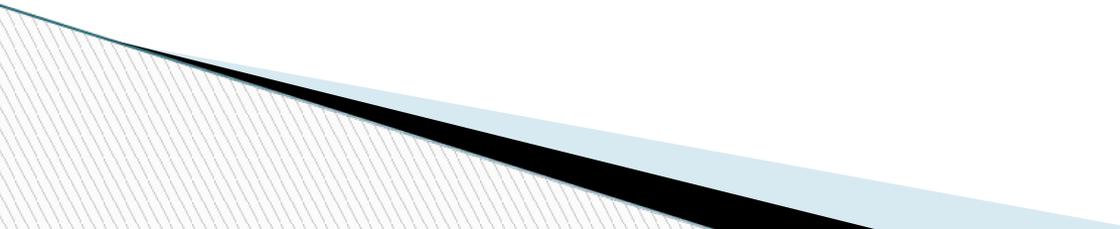
# В структуру системы СМИ входят:

- газеты, журналы;
- радио, телевидение;
- Интернет-СМИ;
- документальные фильмы;
- телеграфные и информационные агентства, рекламные бюро, PR-агентства, профессиональные журналистские клубы и ассоциации.

Телекоммуникация как вид информационного канала СМК является технической службой, которая занимается обеспечением передачи и приема сообщений.

Информатика представлена системой средств обработки данных с помощью вычислительных машин (компьютеров). Этот вид информационного канала СМК работает над исследованием человеческого языка и его логических основ через образование нового языка и воплощение его коммуникативных функций.

# Виды массовой информации

- ▣ Печатные СМИ
  - ▣ Телевидение
  - ▣ Радио
  - ▣ Кинематограф
  - ▣ Интернет (онлайн-СМИ, социальные сети и др).
- 

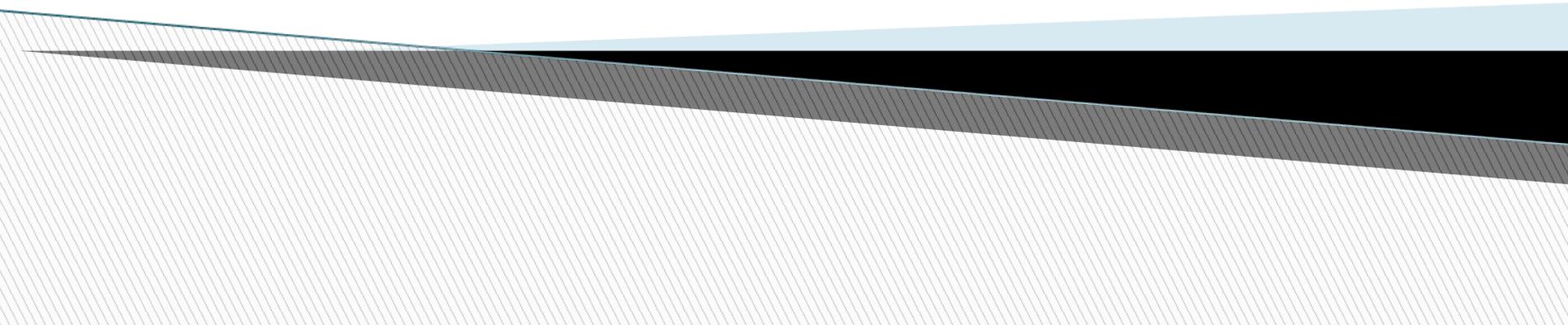
# Основные этапы развития СМИ

- ▣ **1446** Иоганн Гутенберг в Страсбурге изобрел печатный станок, который позволял массово производить печатные материалы.
- ▣ **1455 КНИГА** Иоганн Гутенберг напечатал 42-строчную Библию, которая стала первой напечатанной книгой.
- ▣ **1631 ГАЗЕТА** Теофраст Ренодо выпустил первую французскую газету «La Gazette»
- ▣ **1690 ГАЗЕТА** Бен Харрис напечатал Publick. Первая газета в английских колониях.
- ▣ **1741 ЖУРНАЛ** Эндрю Брадфорд (Andrew Bradford ) напечатал American Magazine, и Бенджамин Фрэнклин (Benjamin Franklin) напечатал General Magazine, первые журналы в английских колониях.
- ▣ **1877 ЗВУКОЗАПИСЬ** Томас Эдисон изобрел фонограф, который мог записать и воспроизвести звук.
- ▣ **1888 КИНО** Томас Эдисон и Уильям Диксон изобрели два приспособления - «кинетोगраф» («записывающий движение», снимающее устройство) и «кинетоскоп» («показывающее движение»)
- ▣ **1895 РАДИО** Гульельмо Маркони передал первое сообщение по радио волнам.
- ▣ **1927 ТЕЛЕВИДЕНИЕ** Фойло Фарнсуорт изобрел передающую электронно-лучевую трубку «анализатор изображения», которую он присоединил к уже существующему приемному устройству.
- ▣ **1969 ИНТЕРНЕТ** Американский департамент обороны установил компьютерную сеть, которая стала Интернетом.

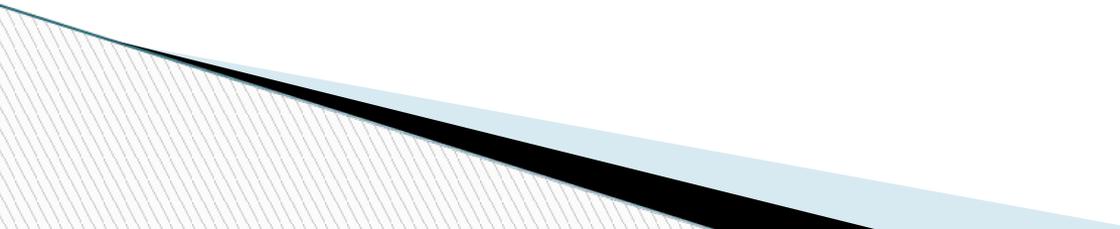
# Массмедиа

- СМИ (телевидение, радио, печатные СМИ, Интернет-СМИ);
- Новые медиа: блоги, социальные сети.

# Функции СМИ



# Источник информации

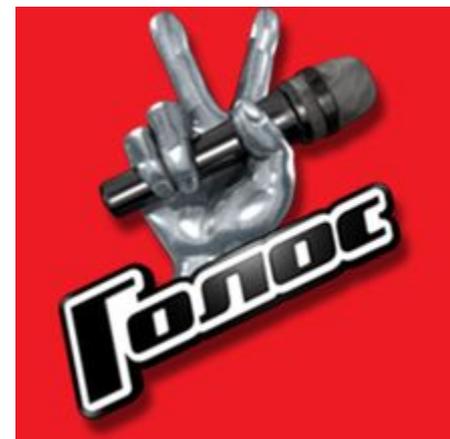
- ▣ Предоставляют общественности актуальную информацию о политической, экономической, социальной жизни страны/ региона/ города/сообщества.
  - ▣ Осуществляют поиск и отбор новостей из множества событий.
  - ▣ Формируют повестку дня.
- 

# СМИ как посредник (медиатор)

- **Функция обеспечения процесса коммуникации всех субъектов в обществе при процессе подготовки, принятия и реализации политических, экономических и социальных решений.**

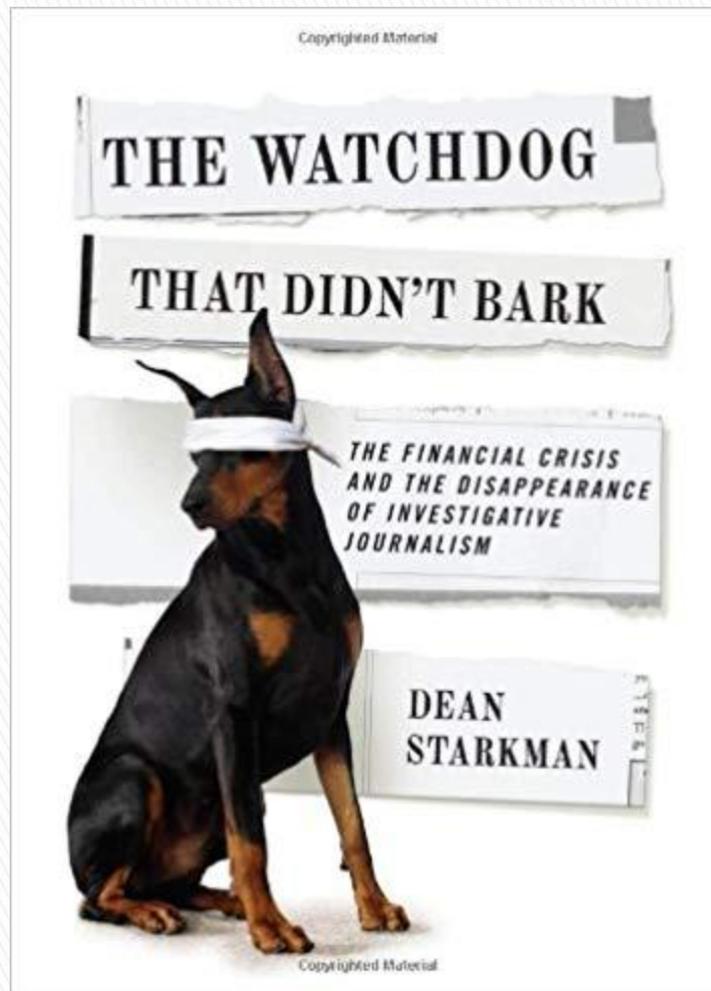


# Образование и развлечение



# «Четвертая власть»

- В демократическом обществе СМИ должны выполнять роль «сторожевого пса», рассказывая о проблемах в обществе, вскрывая криминал, злоупотребления властью.

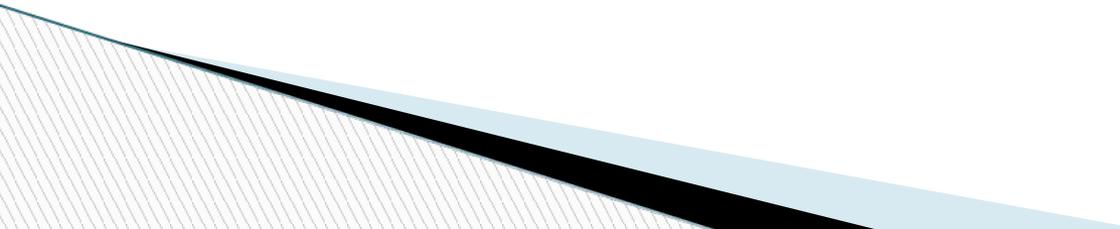


# Теория повестки дня

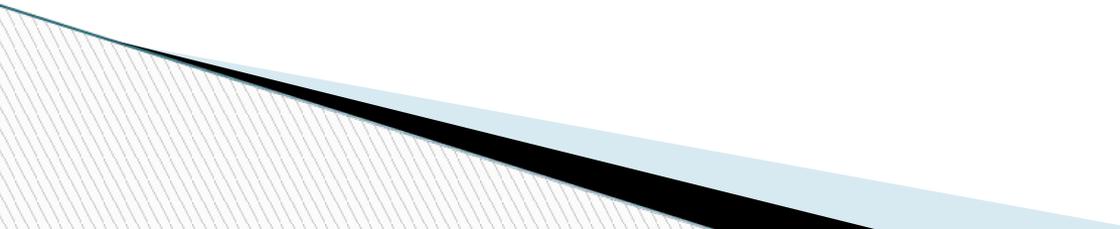
- Согласно теории повестки дня («agenda-setting» ), СМИ оказывают значительное влияние на общественность самим подбором того, что именно они освещают.
- «Прессе преимущественно не удастся сказать людям, что думать, но она с большим успехом говорит им, **о чём** думать» (Б. Коэн).
- «Запостил – было. Не запостил – не было» (реклама Билайн)
- Теория повестки дня заключается в том, что новости — это не просто отображение реальности, а социально сконструированная, отредактированная реальность. Реальность редактируется т.н. «стражами» (*gatekeepers*, журналистами, редакторами, издателями и владельцами массмедиа, к-е стоят между событием и окончательным потребителем новостей).
- СМИ обладают способностью выделять определенные проблемы, темы, явления и акцентировать на них внимание, заставляя аудиторию воспринимать эти события как чрезвычайно важные. Таким образом СМИ формируют повестку дня общества. О тех же событиях (проблемах и темах), которые остались вне поля зрения массмедиа, аудитория скорее всего вообще не узнает независимо от их важности.

# Медиапространство/ медиасреда

«Медиапространство <...> особая реальность, являющаяся частью социального пространства и организующая социальные практики и представления агентов, включенных в систему производства и потребления массовой информации» Е.Н. Юдина

- Социальное функционирование коммуникационных технологий образует медиасреду (медиапространство) конкретного общества.
  - Трансформация медиасреды есть:
  - результат деятельности социальных сил (групп, отдельных индивидов) по внедрению коммуникационных инноваций; профессиональному созданию символического материала; формированию определенного правового порядка в использовании коммуникационной техники и т.п.
  - важнейший фактор общественных преобразований: меняет образ жизни людей, социальные практики и индивидуальные способы мышления и постижения мира.
- 

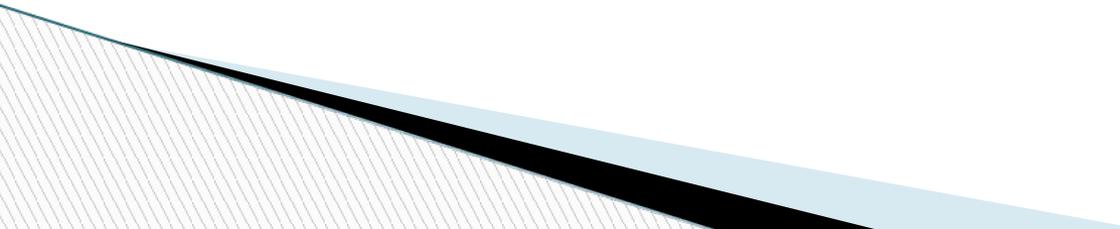
# Тренды меняющейся медиадействительности

- Изобилие информации
  - Разнообразиие ее во всех сферах
  - Мобильность и отсутствие определенного места производства содержания для СМИ
  - Индивидуализация, фрагментация и более тонкое сегментирование аудитории
  - Неограниченный доступ к медиаканалам и депрофессионализация журналистики.
- 

# Тренды меняющейся медиадействительности

- Интерактивность и возросшие возможности подключения
- Постоянные технологические изменения
- Сниженный социальный контроль
- Потеря традиционного разделения на «коммерческую» и «общественную» структуру финансирования
- Участие аудитории в производстве содержания.

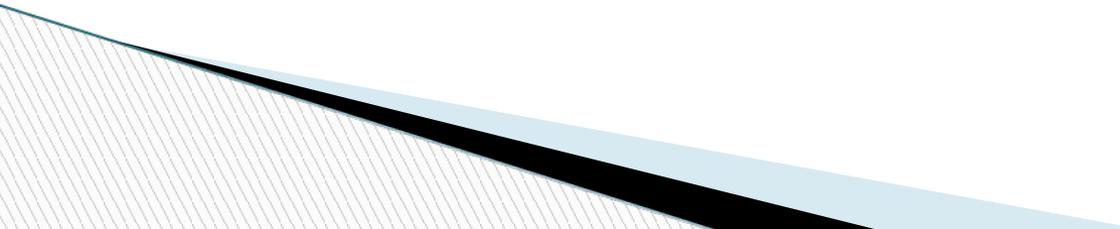
*D. McQuail*



# Медиа и социальность

- Зависимость от медиа столь же значима, как межличностные отношения.
- Люди испытывают потребность включать телевизор в качестве фона, так делают 30% россиян, приходя домой. У половины опрошенных телевизор работает все время, пока они находятся дома. Люди испытывают чувство досады, если произошел сбой при загрузке электронной почты или просто страницы в Интернете. И какая-то внутренняя тревога появляется, когда оказывается, что мобильный телефон – связь с миром – остался дома.
- За каждодневными контактами с этими электронными средствами лежат определенные социальные отношения, которые коммуникационные и информационные технологии расширяют во времени и пространстве. Например, невозможность объяснить семилетнему ребенку, что, когда мама училась в школе, у нее не было мобильного телефона – факт не столько бытовой, сколько социальный. За ним скрыта совершенно иная коммуникационная среда, которая и является сущностью современной социальности.

# Политэкономия СМИ

- Основной вопрос взаимодействия медиа и власти.
  - Особый акцент делается на использовании медиасистем властью с целью сохранения и воспроизведения властных структур общества.
- 

**Внимательно и критично смотрите ТВ, читайте газеты и посты в соцсетях!**

