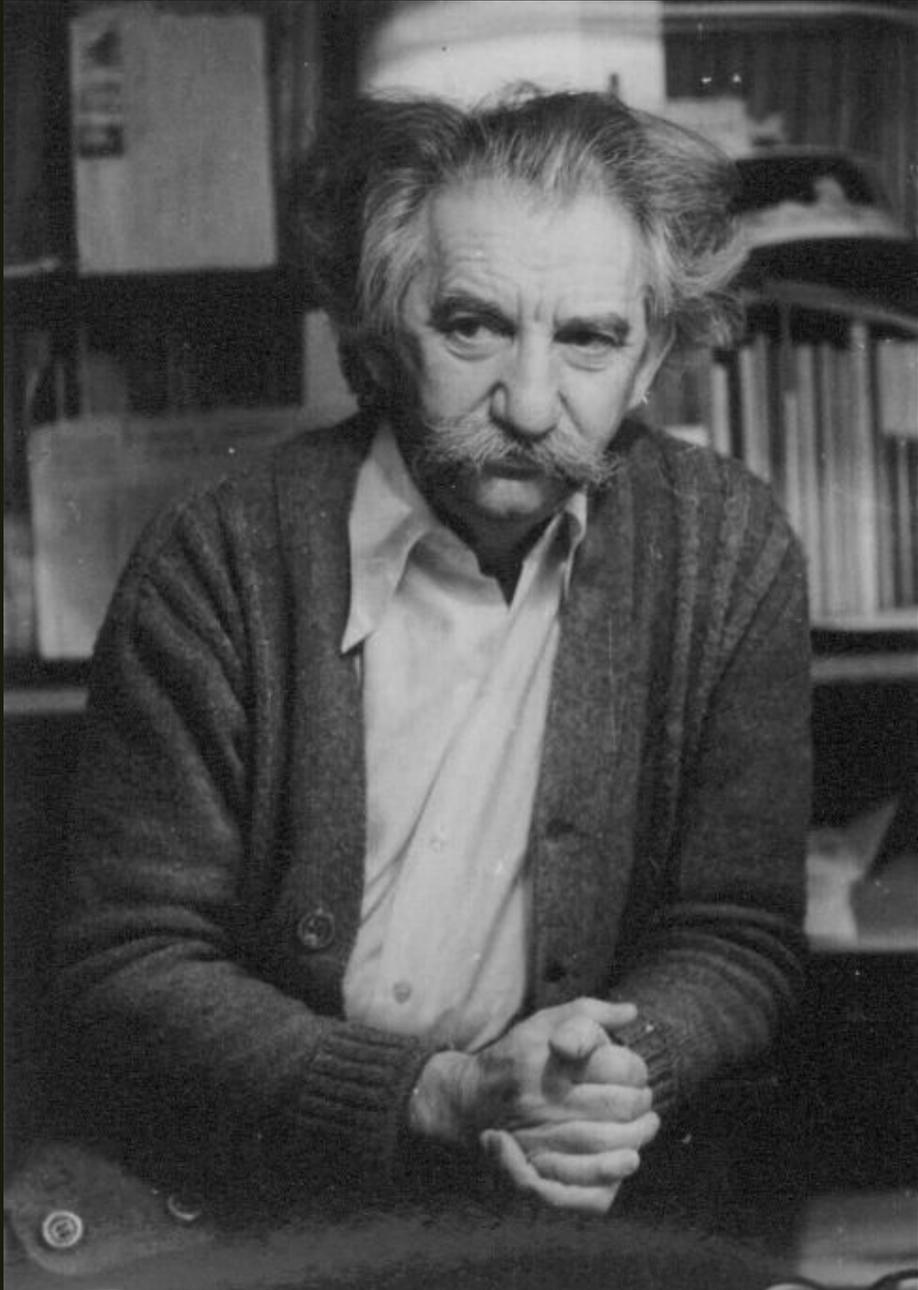


ТЕОРИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В РАБОТАХ Ю.М. ПОТМАНА

Презентация «Верно» Марчи
Ф.ЖБ.12



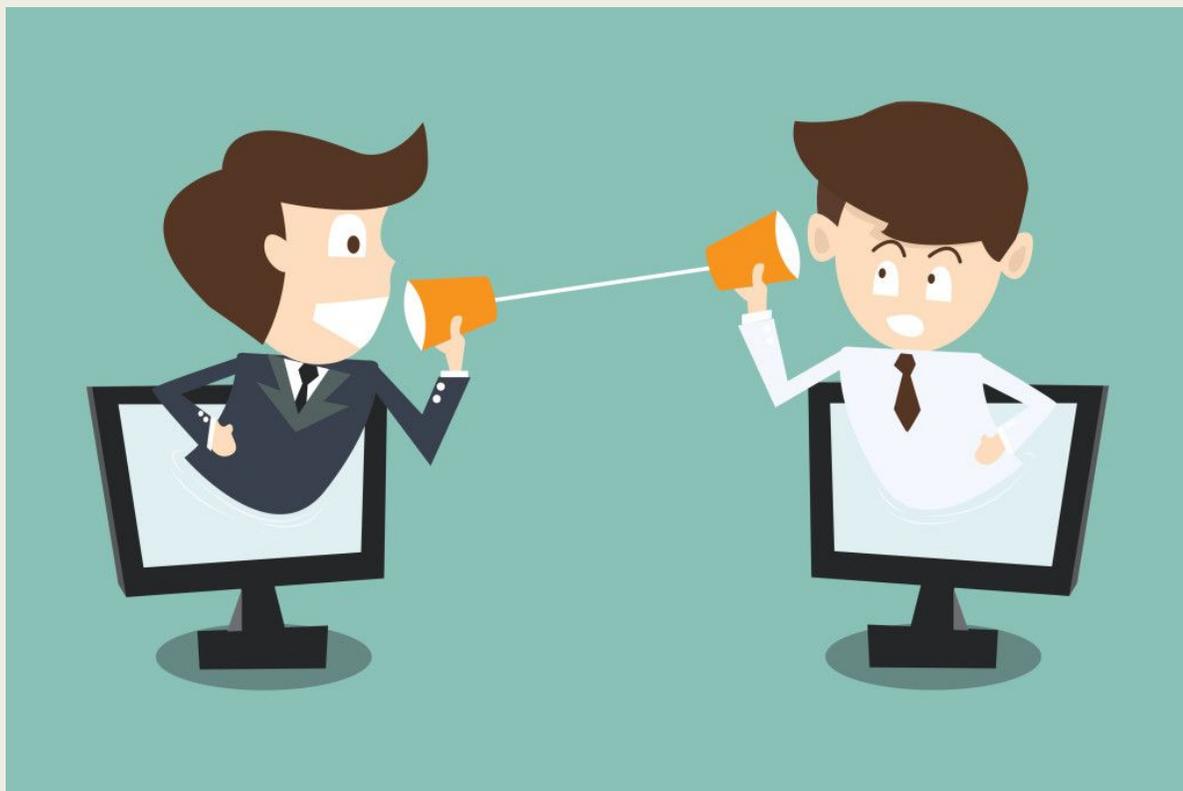
Юрий Михайлович Лотман (1922–1993) – выдающийся советский литературовед, культуролог, семиотик. Благодаря его научной семиотической теории мы можем лучше понимать известных писателей и важных литературных деятелей эпохи XVIII-XIX века.

Один из первых разработчиков структурно-семиотического метода изучения литературы и культуры в советской науке, основоположник Тартуско-московской семиотической школы.

Ю. Лотман рассматривал культуру как генератор кодов, считая, что культура заинтересована во множестве кодов, что не может быть культуры, построенной на едином коде. Все явления культуры трактуются им как разного рода коммуникативные механизмы, то есть как разного рода языки. Отсюда возникает приоритетность лингвистических методов для их анализа, использование терминов словарь или грамматика для описания совершенно далеких от естественного языка коммуникативных явлений.

Ю. М. ЛОТМАН
ИЗБРАННЫЕ
СТАТЬИ
III





КОММУНИКАЦИ
Я ПО ЛОТМАНУ
– ЭТО ПЕРЕВОД
ТЕКСТА С
ЯЗЫКА МОЕГО
"Я" НА ЯЗЫК
ТВОЕГО "ТЫ".

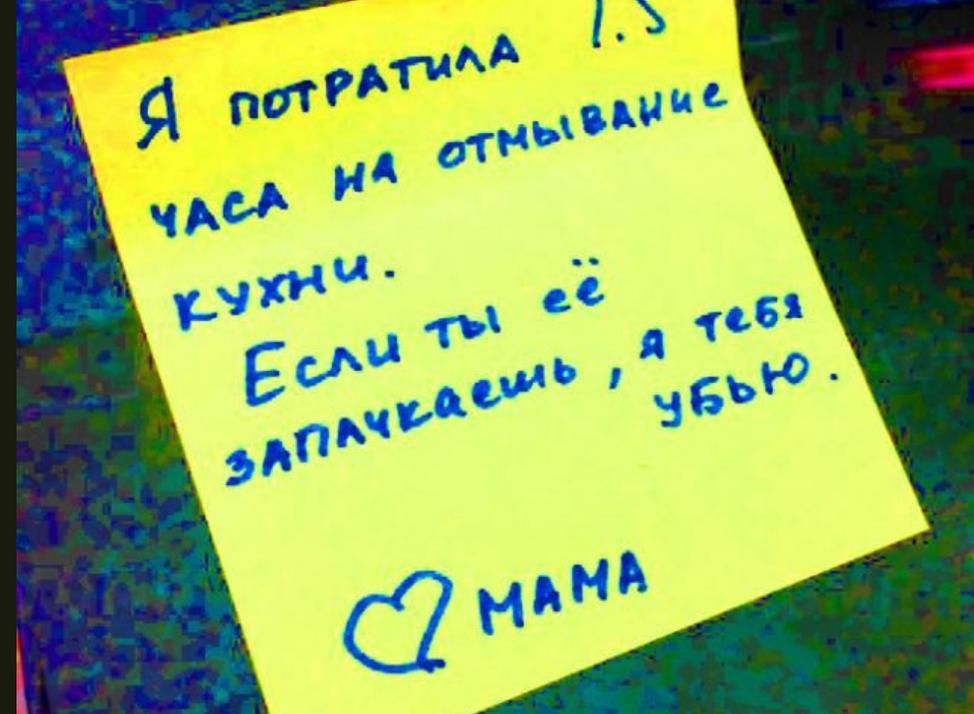
Коммуникационные модели

В своей коммуникационной модели Лотман широко применял понятие кода: «Самая возможность такого перевода [от «я» к «ты»] обусловлена тем, что коды обоих участников коммуникации, хотя и не тождественны, но образуют пересекающиеся множества»

«Язык — это код плюс его история», - считал Лотман. При полной идентичности языков говорящего и слушающего коммуникация невозможно. Их неэквивалентность – важнейшее условие для осуществления коммуникации.

Типы получения информации

- Записка – сообщение заключено в тексте и может быть оттуда беспрепятственно изъято. Информация поступает к индивиду в готовом виде извне.
- Узелок на платке – текст играет мнемоническую роль, само же сообщение извлечено быть не может. Информация – побудитель, вызывает возрастание информации в сознании получателя.





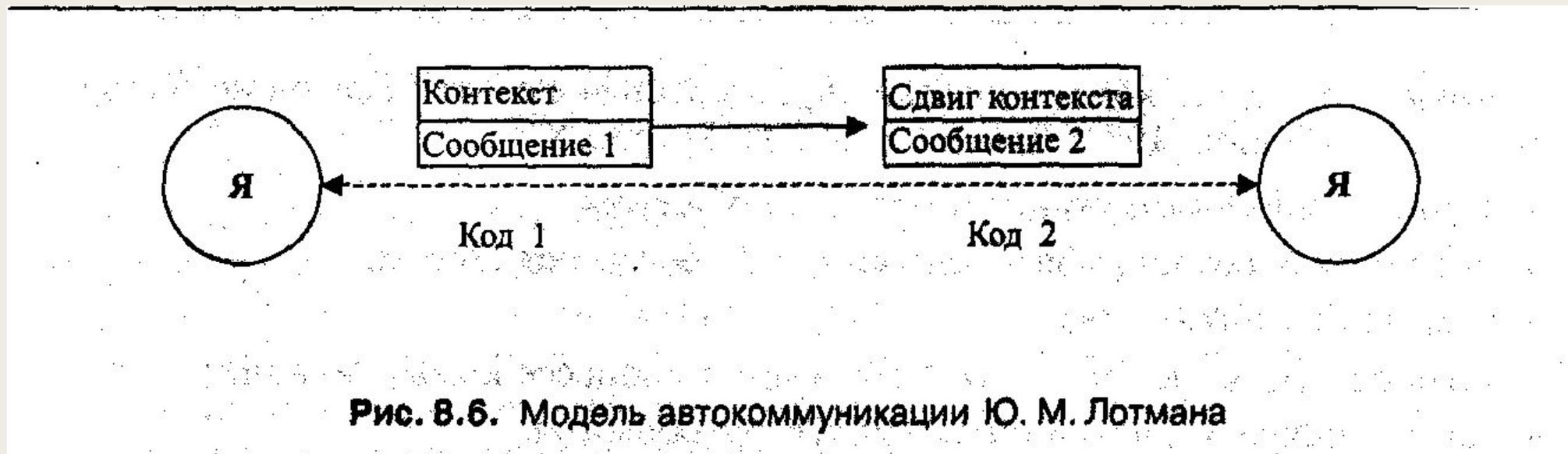
Фольклорная коммуникация

Фольклорная коммуникация по Лотману носит характер диалога – она требует вмешательства адресата, его живого отклика, участия. Фольклорная аудитория активна и взаимодействует с текстом. В отличие от «высокой» культуры, не адресованной никому конкретно, а потому не требующая изменений от получателя сообщения.

Автокоммуникация

Лотман выделяет две модели коммуникации: «Я – ОН» и «Я – Я»

Второй случай характеризуется «перекодированием», появлением добавочного кода и называется автокоммуникацией. Передача сообщения самому себе подобно перестройке собственной личности.





СПАСИБО
ЗА
ВНИМАНИЕ!