

## **В.М.Березин**

Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия: —  
М.: Изд. РИП-холдинг, 2003. —174с — (Практическая журналистика).

*Центральная проблема, которую автор считает магистральной для всей истории массовой коммуникации, начиная с Библии, — это борьба Нового со Старым, возникновение Нового как новости человеческого события. Коммуникация, не достигающая этого Нового, осуществляется по замкнутому кругу, она циклична, а не линейна, она в ряде случаев нисходящая, а не восходящая. Нестандартность постановки темы, излишняя ею увлеченность может приводить к недостаточной обработке мысли, упущениям в смежных областях. Во всяком случае работа может быть, на наш взгляд, полезной для исследователей всего спектра проблем, связанных с МК. Для выпускников по данной специальности и начинающих журналистов монография может служить источниковедческой базой и научно-методическим руководством как для изучения фундаментальных основ массовой коммуникации, так и для решения вопросов текущего журналистского процесса.*

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение</b> .....	7
<b>Раздел I</b>	
Сущностные характеристики массовой коммуникации. История и методология исследования МК .....	13
<b>Глава I.</b> Исторические предпосылки и методологические основания исследования массовой коммуникации .....	13
1. Общество, человеческая деятельность, культура как предметы философского анализа. Основные категории и понятия анализа, принципы исследования социально-исторических процессов в сфере культуры и массовой коммуникации. Необходимость применения системных комплексных, междисциплинарных подходов. О категории «Новое» .....	13
2. Теории средств массовой коммуникации (СМК). Два истори-ко-концептуальных подхода к определению состава понятия «теория массовой коммуникации (МК)». Становление отечественной теории МК. Определения МК. Научные взгляды на МК западных (Н.Винер, В.Шрамм, Г.Лассауэлл, П.Лазарсфельд, Р.Мертон, А.Моль, Ю.Хабермас и др.) и отечественных (Н.Федоров, П.Флоренский, В.Вернадский, М.Бахтин, Ю.Лотман и др.) ученых .....	18
3. Интегративная природа коммуникологии. Тема общения и сообщения людей в трудах русских философов. Понятие соборности. Основные взгляды русских философов на истинность, добролюбие, красоту в отношениях между людьми .....	27
4. Конец XIX — начало XX века и возникновение учений о массах и психологии масс. Марксистские и немарксистские (Г.Ле-бон, Г.Тард и др.) взгляды на массы. Развитие концепций о массах и их месте в культурно-коммуникативных процессах учеными середины и конца XX века (А.Модем, Т.Адорно, М.Хоркхаймером, С.Московичи, Ю.Хабермасом).....	29
5. Три трудности в развитии отечественной теории МК. Идеологические и технические причины опережения в области научной разработки теории МК европейскими и американскими учеными. Основные труды отечественных ученых в области аудиовизуальных СМК .....	35
<b>Глава II.</b> Массовая коммуникация как система.....	43
1. Структурные элементы системы: реальность-общество, отправитель-коммуникатор, сообщение-текст, канал-средство, получатель-массовое общество, эффект-цель. Возможность расширения системы и образования новых элементов и подсистем в связи с усложнением производственно-экономических, социально-географических факторов и связей .....	43

2. Массы как объект и субъект коммуникации. Основные элементы социокультурного цикла по А.Моллю. Диалектика личных и коллективных информационных потребностей и интересов. Два направления циркуляции коммуникативных потоков. Русская философия о соборности как основном пути воспитания нравственной личности .....47

3. Проблема объективности в передаче фактов и сообщений и субъективности их трактовки коммуникатором. Проблема общественного мнения и нравственной индивидуальной позиции коммуникатора. Политическая целесообразность и интересы человеческого сообщества. Коммерческая выгода и духовные интересы человека, его экологическая (в широком смысле) и информационная безопасность. .... 52

### **Глава III.** Новое как социальная информация

и коммуникативное действие ..... 56

1. Понятия информации и связанных с ней категорий, классификация информации. Понятие социальной информации и информационной насыщенности сообщения. Две главные точки зрения на понимание сущности информации — атрибутивная и функциональная. Понятия энтропии и негэнтропии. Информация и эволюция ..... 56

2. Коммуникация как социальное действие. Виды социальных действий по М.Веберу. Коммуникация как социальная реализация информации и умножение новости человеческого события. Коммуникативное действие и его эффективность ..... 58

3. Как теряется новость ..... 61

4. Новое как источник негэнтропии информации. Две стороны нового: сущностно-содержательная (человек возвышается) и поверхностно-формальная (человек усредняется). Возникновение и трансформация нового в философском смысле (от новости знания к возвышению сознания) ..... 65

## **Раздел II**

Коммуникация в информационном обществе ..... 71

### **Глава I.** Концепция информационного общества

и сущностная новизна коммуникации ..... 71

1. Социальная реализация информации и умножение новости человеческого события ..... 71

2. Две стороны непредсказуемости и оригинальности информации: новизна и новость, новация и новаторство, сенсационность и «сенсориум ума». ....73

### **Глава II.** Существует ли нравственная коммуникация? ..... 76

1. Традиции и основания нравственной коммуникации. М.Мамардашвили о морали и истине ..... 76

2. Телевизионная коммуникация: идеалы и реалии, традиции и современность ..... 84

<b>Глава III. Политическая коммуникация:</b>	
сущность и внешние проявления .....	.94
1. Политика и коммуникация: пути взаимодействия, общие и особенные черты, классические и современные формы воздействия на массы .....	.94
2. Символика и мифология политической коммуникации .....	.105
3. Языковые игры в политической коммуникации .....	.112
4. Информационная насыщенность коммуникативного действия и ее зависимость от сущностной стороны нового (его истинности, добролюбия, красоты, нравственности) .....	.117
<b>Раздел III</b>	
Виды текстов и каналов распространения:	
история и современность .....	.119
<b>Глава I. Сравнительно-исторический анализ</b>	
видов коммуникации .....	.119
О первых попытках семиотического подхода к классификации видов коммуникации. Особенности вербальной и визуальной коммуникации. Выделение аудиовизуальной коммуникации из синкретизма мусического и технического первобытного творчества.....	119
Семиологические подходы к исследованию МК. Понятия знака, значения, кода и текста. Возникновение нового в свете семиотики .1243. Работы Вяч. Вс. Иванова, В.Н.Топорова, Ю.М.Лотмана по семиотике МК. Информационная насыщенность текста как результат внешних сигналов и переживания получателя .....	.124
<b>Глава II. Вербальные (словесные) и внесловесные тексты</b> .....	.130
1. Понятия словесной и внесловесной коммуникации .....	.130
2. Вербальные (устные и письменные) тексты. Возникновение печатных текстов .....	.133
3. Визуальные и современные аудиовизуальные тексты. Расширение коммуникативного пространства и ускорение предкоммуникативного времени .....	.135
<b>Глава III. Массовая культура и коммуникативные действия</b>	
журналиста .....	.144
1. Массовая культура и массовая коммуникация .....	.144
2. Построение коммуникативного действия журналистом .....	.147
3. Эмоциональное и рациональное в творчестве фотожурналиста .....	.150
4. Сочетание слова и изображения в фотожурналистике .....	.157
<b>Заключение</b> .....	<b>.164</b>
<b>Литература</b> .....	<b>.168</b>