

На правах рукописи



Зуева Елена Александровна

**ТРАНСФОРМАЦИЯ
СОЦИАЛЬНОГО ИНСТИТУТА ПРЕССЫ
В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ИНТЕРАКТИВНЫХ МАСС-МЕДИА**

22.00.04 - социальная структура,
социальные институты и процессы

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Ростов-на-Дону - 2004

Работа выполнена в Южно-Российском государственном
техническом университете (НПИ), на факультете социально-экономических и
гуманитарных дисциплин,
на кафедре социологии и психологии

Научный руководитель: доктор социологических наук, профессор
Самыгин Сергей Иванович

Официальные оппоненты: доктор философских наук, профессор
Золотухин Валерий Ефимович
кандидат социологических наук
Ибрагимов Рустам Юрьевич

Ведущая организация **Северо-Кавказская академия
государственной службы**

Защита состоится «18» декабря 2004 года в 13 часов на заседании
диссертационного совета Д 212.208.01 по философским и социологическим
наукам в Ростовском государственном университете (344006, г. Ростов-на-
Дону, ул. Пушкинская, 160, ИППК при РГУ, ауд. 34).

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке РГУ
(г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 148).

Автореферат разослан «27» января 2004 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета



М.Б. Маринов

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Интерактивные масс-медиа не просто один из факторов перманентной трансформации социального института прессы, но образно говоря, «спусковой механизм» формирования новой парадигмы развития социальных технологий функционирования прессы как социального института. Существовавший многие годы односторонний процесс медийной коммуникации, при котором средства массовой информации (СМИ) были каналом воздействия на пассивную аудиторию, благодаря интерактивным технологиям превращается в «улицу с двусторонним движением». Новые масс-медиа не только меняют устоявшиеся формы взаимодействий в рамках социального института прессы, но стимулируют трансформацию других социальных институтов.

В то же время, эти достижения были бы невозможны без готовности общества принять новую коммуникативную парадигму, в рамках которой расширяется взаимодействие всех социальных групп, появляются новые возможности для развития личности.

Глобальный процесс информатизации, начавшийся в конце XX века, в настоящий период рассматривается как социотехнологическая революция, а информационное общество - как новая ступень цивилизации с присущими ей закономерностями функционирования прессы как социального института. Использование новых технологий стирает границы между различными видами информационных систем. Соответственно, меняются и СМИ. Происходит объединение в единый информационный поток традиционных и недавно сформировавшихся интерактивных масс-медиа, приводя к трансформации социального института прессы.

Без сомнения подобные процессы не могут не вызывать озабоченность в обществе, связанную с возможными негативными последствиями внедрения инноваций в медийную среду. «Появляется множественность не



только каналов, но и способов работы с новостями, оформляется несколько возможностей для получения информации. Одна, традиционная - через газеты, радио, телевидение, другая - через Интернет и банки данных.

В последнем случае у вас появляется возможность получать информацию не массовую, а индивидуализированную. Эта демассификация может, с точки зрения многих, убить СМИ, во всяком случае, фрагментировать и атомизировать использование информации. И в этих условиях возникает проблема будущего СМИ - сохранятся ли они в информационном обществе и как они могут преобразоваться»¹.

Происходящая под влиянием интерактивных масс-медиа трансформация социального института прессы приводит к изменению информационной среды, в которой существует человек. То, что сегодня относится к медийным инновациям, уже в обозримом будущем может стать для нас условием существования в трансформировавшемся социуме. Именно по этой причине все изменения, происходящие в сфере медиа и ведущие к тем или иным социально значимым последствиям, на наш взгляд, должны находиться в поле научного интереса.

Степень разработанности темы. Формирование информационного общества - комплексная проблема, включающая как политико-экономические, социально-культурные, правовые так и технологические аспекты. Концепция постиндустриального общества как общесоциологическая теория развития достаточно глубоко разработана западными исследователями: Д. Беллом, Дж. Гелбрейтом, Э. Гидденсом, Дж. Мартином, И. Масудой, М. Маклюэном, Ф. Полаком, О. Тоффлером, Ж. Фурастье, Ю. Хабермасом и др. Наряду с социологией и социальной философией осмысление феномена информационного общества происходило также в рамках особого направления общественных наук - футурологии, поскольку изучение медийных коммуникативных практик в отрыве от

¹ Засурский Я.Н. Информационное общество и средства массовой информации // Вестник РФФИ, 1999, № 3 (17).

исследования долговременных изменений других видов социальной коммуникации не дает плодотворных результатов.

В рамках указанной исследовательской парадигмы изучалась, в частности, трансформация роли масс-медиа в жизни общества. Как писал известный современный итальянский философ и социолог Джанни Ваттимо, «...общество, в котором мы живем, является обществом всеобщей коммуникации, обществом масс-медиа»². Так, американские исследователи Б. Ривз и С. Нэсс высказали убеждение в том, что люди вступают в социальные отношения со СМИ.

Указанные авторы предположили, что для людей предлагаемый масс-медиа мир соответствует реальному миру. В частности, с точки зрения этих американских социологов вопросы «взаимодействия индивидов с компьютерами, телевидением и новыми СМИ существенно социальны и естественны точно так же, как взаимодействия в реальной жизни»³.

Интерактивные масс-медиа практически сразу после своего возникновения стали предметом изучения, в первую очередь в связи с телекоммуникационными сетями. Так, еще «[в 1996 году] Интернету посвящались пространные статьи в газетах и журналах, «кавер стори» в информационных еженедельниках; специальные постоянные рубрики, посвященные этой сети и вообще «кибержурналистике» - виртуальной, или интерактивной, имеются теперь во многих американских изданиях»⁴.

Изучение СМИ как социального и политического института, осуществляющего конструирование масс-медиа-реальности, началось исследователями, ориентированными на феноменологическое направление в социологии, в 70-е годы XX века. При этом сразу несколько авторов — Л. Зигельман, Х. Молотч, Д. Олтейд, П. Сноу, Б. Роско, Дж. Такмен и др. — применили к медиа-исследованиям известный тезис П. Бергера и Т. Лукмана

² Ваттимо Д. Прозрачное общество / Пер. с итал. Д. Новикова. - М.: Логос, 2003. С. 7.

³ См. Reeves B., Nass C. The Media Equation: How People Treat Computers, Television and New Media Like Real People and Places. -N.Y.: CSLI/Cambridge University Press. 1998.

о том, что институционализация представляет собой типизацию субъектами привычных действий с последующей их объективацией⁵. В процессе анализа эмпирических данных указанные авторы пришли к очень близким заключениям относительно конкретных форм конструирования медиа-реальности. Структура медиа-реальности целиком определяется оперативными правилами и организационной рутинной, которым подчиняются работники СМИ.

Отечественная наука обратилась к данной проблематике значительно позже. Это было связано с идеологией, в частности с тем, что в терминах «постиндустриальное», «информационное» видели альтернативу формационным терминам - «социалистическое», «коммунистическое» общество. Проблемы развития информационного общества (неотъемлемой частью которого являются интерактивные масс-медиа), находились в центре внимания и российских исследователей Е.Л. Вартановой⁶, Т.М. Дридзе, Я.М. Земляновой⁷, И.С. Мелюхина⁸, А.Д. Урсула и др. Теоретические основы изучения функционирующих в телекоммуникационных сетях социальных структур были обоснованы в работах российского социолога С.В. Бондаренко.

В нашей стране модель функционирования социального института прессы как формы одностороннего идеологического воздействия была разработана и апробирована еще в советское время в ходе реализации широко известного проекта «Общественное мнение», осуществленного в 1967-1974 годах в г. Таганроге под руководством доктора философских наук, профессора Б.А. Грушина. С появлением на телевидении в

* Засурский Я.Н., Голованова Г.А., Беглов С.И., Вороненкова Г.Ф., Урина Н.В. Средства массовой информации США, Великобритании, ФРГ, Италии в 1996 году. Пресса США // Вестник МГУ серия 10 журналистика. 1997. № 4. С. 25.

⁵ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. - М., 1995.

⁶ См. Вартанова Е.Л. Европейский Союз в поисках информационного общества // Вестник Московского университета. Серия Журналистика. 1998, №№ 4, 5; Вартанова Е. Финская модель на рубеже столетий. Информационное Общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999; Вартанова Е.Л. Северная модель в конце столетия. Печать и ТВ стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1997.

⁷ Землянова Я.М. Новая экология телеэлектронной деятельности и теоретические проблемы современной коммуникативности // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 10. 1997. № 1. 1997.

постперестроечное время отдельных элементов интерактивности, социолог Т.З. Адамьянц провела ряд исследовательских работ по изучению социальной эффективности коммуникативных взаимодействий (изучались передачи «Времечко», «Тема», «Бомонд», «Репортаж ни о чем», «Итоги», «Вести», «Русский дом», «Про это» и др.).

Эмпирические исследования сказались и на разработке теоретических конструкторов. «Следует отметить, что за последнее десятилетие произошло заметное сближение позиций сторонников различных исследовательских моделей. Оно проявилось в первую очередь в том, что позитивистский тезис о минимальном воздействии СМИ на аудиторию проник в марксистские и структуралистские концепции, в которых ранее отстаивалось положение о полном контроле СМИ над аудиторией. Более того, некоторые теоретические построения, касающиеся воздействия СМИ на аудиторию, приобрели статус общепризнанных, используются сторонниками самых разных школ»⁹.

В 90-е годы XX века, когда интерактивные масс-медиа начинали делать первые шаги, их влияние на трансформационные процессы прессы как социального института практически не рассматривались. Исключением являются некоторые аспекты функционирования масс-медиа в новой среде - сети Интернет. В частности, об этой форме интерактивных взаимодействий журналистов и потребителей информационных услуг писали И.И. Засурский¹⁰, И.М. Дзялошинский¹¹, Я.Н. Засурский, Е.Л. Вартанова¹² и другие авторы. Методология анализа и практика исследований массовой коммуникации изучались М.М. Назаровым¹³, теория массовой коммуникации

См. Мелюхин И.С. Информационные технологии и бизнес. - М: Гарант-Парк. 1997.

⁹ Дьякова Е.Г. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу // Полис, 2003, № 3.

¹⁰ Засурский И.И. Реконструкция России. Масс-масс-медиа и политика в 90-е годы. - М.: Издательство МГУ, 2001.

¹¹ Дзялошинский И. Информационное пространство России: политическая метафора или научное понятие // Право знать: история, теория, практика. 2001, № 9-10.

¹² Засурский Я.Н., Вартанова Е.Л. и др. Средства массовой информации постсоветской России. / Под общ. ред. Засурского Я.Н. - М., 2002.

Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. - М., 2002.

разрабатывалась В.М. Березиным¹⁴, В.И. Курбатовым, Г. Почепцовым¹⁵ и другими академическими исследователями. Тем не менее, в области влияния интерактивных масс-медиа на функционирования прессы как социального института образовалась исследовательская лакуна, заполнить которую призвано данное диссертационное исследование.

Целью диссертационной работы выступает анализ процессов трансформации социального института прессы, происходящих под влиянием социального диалога, осуществляемого с использованием коммуникативных возможностей, предоставляемых интерактивными масс-медиа.

В соответствии с целью исследования потребовалось решить следующие **задачи**:

- установить соответствие потребностям формирующегося информационного общества коммуникативных функций, реализуемых интерактивными масс-медиа;
- выявить характеристики новой парадигмы функционирования прессы как социального института;
- определить качественные изменения ролевых функций акторов, влияющих на развитие социального института прессы, связанные с использованием интерактивных масс-медиа;
- выявить связанные с внедрением технологий обратной связи изменения коммуникативных практик взаимодействия прессы и аудитории, происходящих в рамках социального диалога;
- выявить влияние интерактивных масс-медиа на динамику функционирования социальных групп аудитории пользователей;
- выявить связанные с функционированием интерактивных масс-медиа факторы, влияющие в современной России на эволюцию социального института прессы

¹⁴ См. Березин В.М. Теория массовой коммуникации. - М., 1996; Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации. - М.: Издательство Российского университета дружбы народов, 2002; Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. - М.: Издательство «РИП-холдинг». 2003.

¹⁵ Почепцов Г. Теория и практика коммуникации. - М., 1998.

Объектом исследования выступает социальный институт прессы в аспекте его современного состояния и тенденций развития.

Предметом исследования являются интерактивные масс-медиа как элементы социального института прессы.

Теоретико-методологические основания исследования. Теоретической и методологической основой диссертационной работы являются принципы комплексного подхода, утвердившиеся в социологической науке. Для исследования функционирования прессы как социального института автором использовались следующие методологические подходы: комплексный подход как наиболее общее теоретико-методологическое основание исследования; вторичный анализ данных как методологический подход к проблемам использования социальной информации о процессах функционирования СМИ; принцип эволюционизма как основание концепции эволюции социальных отношений в системе культуры современных масс-медиа.

Источниковая база исследования. Исследование социологических проблем информационной культуры проведено автором данного диссертационного исследования на основе анализа российского и зарубежного опыта. Важными источниками диссертации были работы отечественных и зарубежных авторов, посвященные проблемам формирования информационного общества, практики функционирования и эволюции СМИ. Кроме того, при работе над диссертационным исследованием использовались работы социологов-участников II Всероссийского социологического конгресса «Российское общество и социология в XXI веке: социальные вызовы и альтернативы» (М.А. Арутюновой, Ж.А. Денисовой, Н.В. Колесник, О.Р. Лычковской, В.Ю. Малугиной, Г.С. Пшегусовой).

Гипотеза исследования. Информационное общество, трансформируя традиционные социальные институты, при этом опирается и на новую социальную конфигурацию. В процессе трансформации появляются новые

социокультурные феномены, социальные группы со своими информационными интересами, потребностями и способами их удовлетворения. Формирующееся информационное общество предъявляет новые требования к направленности информационных потоков. Однонаправленная модель медийной коммуникации должна смениться моделью, предусматривающей множество потоков и направлений социальной коммуникации, осуществляемой в рамках социального диалога. В последних десятилетиях XX века наблюдались процессы конвергенции медийных технологий. Указанные процессы привели к появлению масс-медиа, в основе функционирования которых лежит принцип интерактивного взаимодействия участников социального диалога. В связи с вышесказанным должны измениться как парадигма функционирования прессы как социального института, так и ролевые характеристики основных акторов, влияющих на функционирование масс-медиа. Кроме того, поскольку интерактивные масс-медиа предусматривают возможности осуществления коммуникаций внутри сообществ пользователей их услуг, вполне вероятно появление социальных групп, использующих принцип интерактивности в качестве социального инструмента при достижении определенных целей. Поскольку российское медийное пространство уже в значительной мере интегрировано в общемировые медиа-сети, появление интерактивных медиа сказалось и на функционировании социального института прессы в нашей стране.

Научная новизна исследования определяется совокупностью полученных результатов теоретического анализа, раскрывающих влияние интерактивных масс-медиа на трансформацию прессы как социального института. В содержательном плане новизна заключается в следующем:

1. Выявлено, что в информационном обществе интерактивность становится не только составляющей процесса производства медийного контента, но, в первую очередь, одним из важнейших элементов образа жизни современного человека, подразумевающего участие в социальном

диалоге. Для описания социальных практик интерактивных взаимодействий редакций и аудитории предложена авторская дефиниция «интерактивные масс-медиа».

2. Предложено описание новой парадигмы функционирования прессы как социального института, связанной с использованием интерактивных социальных технологий.

3. Проведен сравнительный анализ трансформации коммуникативных дискурсов в прежней и новой модели функционирования прессы как социального института.

4. Проанализировано изменение ролевых функций основных участников производства и потребления медийной продукции, связанное с возрастанием роли обратной связи между акторами.

5. Выявлено влияние интерактивных технологий на появление и функционирование новых социальных групп, использующих интерактивные медиа в качестве коммуникативного инструмента.

6. Охарактеризована роль российских социокультурных традиций в продвижении интерактивных масс-медиа в коммуникативные практики транзитивного общества. При этом выявлены как факторы, способствующие процессам трансформации социального института прессы в нашей стране, так и факторы, препятствующие указанным тенденциям.

ПОЛОЖЕНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Существование прессы как социального института определяется спецификой его функционирования как социально обусловленного процесса влияния с одной стороны масс-медиа на социум, с другой стороны - социума на масс-медиа, и в информационном обществе имеют свою специфику. В информационном обществе интерактивность становится не только составляющей процесса производства медийного контента, но, в первую очередь, одним из важнейших элементов образа жизни современного человека, подразумевающего участие в социальном диалоге. Автором

предложена следующая дефиниция. *Интерактивные масс-медиа - это основанные на технической базе радиовещания, телевидения, телекоммуникационных сетей общего пользования (Интернет, Рунет, Фидонет и т.д.) средства массовой коммуникации, обладающие функцией двунаправленной социальной связи редакции с аудиторией, позволяющей адаптировать контент под интересы конкретного индивида.*

2. Появление в составе социального института прессы интерактивных масс-медиа стало следствием конвергенции медийных технологий и востребованности обществом новых моделей осуществления социального диалога. В результате возникновения и распространения интерактивных масс-медиа, обладающих по сравнению с традиционными СМИ новыми социальными свойствами, изменилась парадигма функционирования прессы как социального института. Основными элементами новой парадигмы являются: увеличение числа социальных взаимодействий, изменение ролевых функций всех акторов, задействованных в функционировании прессы как социального института, изменение направленности коммуникативных потоков, рост числа масс-медиа, способных удовлетворить потребности сегментированных социальных групп.

3. В качестве коммуникативного дискурса функционирование интерактивных медиа представляет собой совокупность средств, алгоритмов и средств коммуникации, сообщений и социальных кодов, обеспечивающих согласование и представительство индивидуальных и групповых социальных интересов. Под влиянием интерактивных медиа социальный институт прессы переходит от преимущественно односторонней коммуникативной модели взаимодействия с аудиторией к модели, предусматривающей широкое использование технологий обратной связи. В свою очередь, аудитория масс-медиа из пассивной массы, потребляющей контент, превращается в равноправного участника социальных взаимодействий. Связующим звеном указанных процессов социальных взаимодействий выступают журналисты

интерактивных медиа, коммуникативные дискурсы которых трансформируются в сторону более активного взаимодействия с аудиторией.

4. Интерактивные масс-медиа могут рассматриваться в качестве социального инструмента, обеспечивающего осуществление диалога государства и общества лишь в той мере, в какой они способны стимулировать общество к инициированию осмысленных социальных коммуникаций и активному в них участию. Важную роль при этом играют как медийная элита, финансирующая внедрение новых форм коммуникативных взаимодействий, так и сообщества журналистов, на практике воплощающие принципы интерактивности во взаимодействии с аудиторией. Изменение роли аудитории в процессе трансформации социального института прессы носит дуалистичный характер. С одной стороны, пользователи способствуют повышению эффективности функционирования этого социального института, а с другой - именно наличие обратной связи допускает появление новых вызовов, связанных с последствиями отрицательного девиантного поведения.

5. Интерактивная коммуникация предоставляет возможности социальным группам расширить рамки коллективного сознания, повысить эффективность применения социальных норм, при высоком уровне демократичности принятия коллективных решений. Интерактивные масс-медиа являются эффективным инструментом воздействия социальных групп на функционирование общественных институтов. Форма организации социальных взаимодействий, осуществляемых посредством использования интерактивных масс-медиа, может считаться приемлемой для фрагментированных социальных движений, не объединенных харизматическими лидерами или радикальными идеологическими убеждениями.

6. Развитие интерактивных медиа в России имеет свои особенности, обусловленные не только уровнем развития телекоммуникаций, но и социальными причинами. Динамика социального и интеллектуального

развития российского общества в условиях демократизации настоятельно ставит вопрос о пересмотре концептуальных основ функционирования социального института прессы. Отказ от концепций управляющего воздействия в пользу концепций развивающегося (в том числе интерактивного) взаимодействия предполагает коренной пересмотр многих традиционных представлений о функциях, целях, предмете, средствах и формах функционирования масс-медиа. Вместе с тем, непродуманное внедрение интерактивных технологий может стать одним из факторов углубления информационной стратификации российского общества, так как оснащенность регионов средствами информации и коммуникации, а также уровень образовательного и интеллектуального потенциала различных социальных групп, их доступ к информационным ресурсам очень неравномерны и определяются демографическими, профессионально-статусными и имущественными показателями.

Практическая значимость исследования определяется тем, что ряд теоретических положений и выводов диссертации вносят вклад в разработку концепции социологии коммуникаций и социологии культуры и могут быть использованы при дальнейшем исследовании динамики развития прессы как социального института. Основные положения диссертации, а также библиография могут быть использованы при разработке учебных курсов и спецкурсов по социологии. Теоретический анализ, осуществленный в диссертации, позволяет сформулировать положения и модели, которые могут быть использованы при проведении эмпирических социологических исследований.

Апробация работы. Основные положения диссертации получили апробацию на научных и научно-методических конференциях: П Всероссийском социологическом конгрессе «Российское общество и социология в XXI веке: социальные вызовы и альтернативы» (Москва, 30 сентября - 2 октября 2003 года), Всероссийской научно-практической конференции «PR-технологии в информационном обществе» (Санкт-

Петербург, 4-5 ноября 2003 года), Международной научной конференции «Ломоносов-2004» (Москва, 14 апреля 2004), публиковались в сборниках научных статей.

Диссертация обсуждалась на заседании кафедры социологии и психологии Южно-Российского государственного технического университета (НПИ).

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав (шесть параграфов), заключения и списка литературы, включающего 149 источников. Объем текста диссертации - 135 машинописных страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во Введении обосновывается актуальность и выбор темы исследования, освещается степень ее разработанности, выдвигается гипотеза исследования, излагаются методы исследования, формулируется его новизна и выносимые на защиту положения.

Первая глава **«Трансформация социального института прессы: теоретико-методологические проблемы исследования»** посвящена рассмотрению базовых теоретических проблем, связанных с функционированием социального института прессы. Кроме того, рассматриваются социальные факторы, способствовавшие появлению интерактивных медиа и внедрению их в различные сферы социальных взаимодействий.

В первом параграфе **«Роль социального института прессы в структуре информационного общества»** автор диссертации рассматривает соответствие потребностям формирующегося информационного общества функций, выполняемых интерактивными масс-медиа. Для этого рассматривается как сам конструкт «информационное общество», так и

понятие прессы как социального института, а также выявляются основные структурные элементы указанного социального института.

Развитие интерактивных масс-медиа стало ответом на изменение роли информации в жизни общества. Как известно, в академических исследованиях выделяются два основных теоретико-методологических подхода к исследованию процессов информатизации общества:

- *технократический*, при котором информационные технологии считаются средством повышения производительности труда и их использование ограничивается, в основном, сферами производства и управления;

- *гуманитарный*, при котором информационные технологии рассматриваются как важная часть человеческой жизни, имеющая значение не только для производства, но и для социальной сферы¹⁶.

В диссертации сделан акцент на *гуманитарном подходе* к анализу роли интерактивных масс-медиа в процессе эволюции прессы как социального института. При этом автор особо подчеркивает, что появление и функционирование интерактивных масс-медиа выступает в качестве *инструмента* социальных трансформаций. Рассмотрев различные аспекты социального феномена «интерактивные масс-медиа» соискатель предлагает авторский вариант дефиниции: *Интерактивные масс-медиа - это основанные на технической базе радиовещания, телевидения, телекоммуникационных сетей общего пользования (Интернет и т.д.) средства массовой коммуникации, обладающие функцией двунаправленной социальной связи редакции с аудиторией, позволяющей адаптировать контент под интересы конкретного индивида.*

В параграфе 1.2. «Изменение под воздействием интерактивных масс-медиа парадигмы функционирования прессы как социального института» выявляется роль процессов конвергенции медийных технологий в появлении интерактивных масс-медиа как составной части социального

¹⁶ Ракитов АИ. Философия компьютерной революции. - М., 1991. С. 32-33.

института прессы. В диссертации рассматривается влияние происходящего под воздействием конвергенции изменения формы трансляции контента на трансформацию социального института прессы и формирование новой медийной парадигмы, а также связанное с указанными процессами изменение социальных функций прессы.

Появление в составе социального института прессы интерактивных масс-медиа стало следствием конвергенции медийных технологий. В результате возникновения и распространения интерактивных масс-медиа, обладающих по сравнению с традиционными СМИ новыми социальными свойствами, изменилась парадигма функционирования прессы как социального института. Основными элементами новой парадигмы являются: увеличение числа социальных взаимодействий, изменение ролевых функций всех акторов, задействованных в функционировании прессы как социального института, изменение направленности коммуникативных потоков, рост числа масс-медиа, способных удовлетворить потребности сегментированных социальных групп. Широкое использование интерактивных масс-медиа приводит не только к трансформации социального института прессы, но и сказывается на функционировании других социальных институтов.

Функционирование интерактивных масс-медиа стимулирует появление большого количества площадок социальных взаимодействий, на которых может происходить обсуждение в рамках социального диалога общественно значимых проблем. Это становится возможным в связи с тем, что создание и функционирование масс-медиа, основанных на использовании инфраструктуры телекоммуникационных сетей общего пользования, требует относительно небольших затрат на организацию каналов распространения контента (по сравнению с печатными и электронными СМИ).

Во второй главе диссертации **«Трансформация социального института прессы: качественные характеристики и количественные показатели»** автор показывает, каким образом трансформация социального института прессы, происходящая под влиянием интерактивных масс-медиа,

приводит к качественному изменению как медийных коммуникативных дискурсов, так и состава влияющих на функционирование рынка акторов, мотивационных установок потребителей и производителей контента. В параграфе **2.1. «Воздействие интерактивных социальных технологий на трансформацию медийных коммуникативных дискурсов»** речь идет об отличиях коммуникативных моделей взаимодействия прессы с аудиторией существовавших до появления интерактивных медиа и новых форм коммуникации, возникших в процессе внедрения инновационных технологий.

В качестве коммуникативного дискурса функционирование интерактивных медиа представляет собой совокупность средств, алгоритмов и средств коммуникации, сообщений и социальных кодов, обеспечивающих согласование и представительство индивидуальных и групповых интересов. Под влиянием интерактивных медиа социальный институт прессы переходит от преимущественно односторонней коммуникативной модели взаимодействия с аудиторией к модели, предусматривающей широкое использование технологий обратной связи. В свою очередь, аудитория масс-медиа из пассивной массы, потребляющей контент, превращается в равноправного участника социальных взаимодействий. Связующим звеном указанных процессов социальных взаимодействий выступают журналисты интерактивных медиа, коммуникативные дискурсы которых трансформируются в сторону более активного взаимодействия с аудиторией.

Автор диссертации отмечает, что применительно к функционированию интерактивных медиа можно вести речь о трех формах коммуникативных взаимодействий: *безличной, межличностной и гиперперсональной*¹¹. Безличная форма представлена взаимодействием пользователя с медийным контентом, межличностная – коммуникационными взаимодействиями одних акторов с другими, а гиперперсональная форма отражает атмосферу,

¹ См. Walther B. Computer-mediated communication. Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction//Communication research, 1996, № 23. PP. 1-43.

позволяющую делать выводы о степени искренности участвующих в коммуникативных практиках акторов.

Альтернативные формы массового общения, к которым и относятся интерактивные медиа, обеспечивают основу для формирования более адекватных представлений о социальной структуре общества. В условиях, когда информация распространяется от всех и к каждому, открывается разнообразие взглядов, интересов, ориентации. Поддержку и распространение получают те из них, которые пользуются действительным интересом со стороны общества, изменения массового сознания происходят более оперативно и естественно.

Аудитория интерактивных медиа выступает как в качестве *объекта*, так и в качестве *субъекта коммуникации*. В глобальных телекоммуникационных сетях виртуальные сетевые сообщества и отдельные пользователи, осуществляющие информационную деятельность, сами становятся «медиа», поскольку выступают в качестве первичных и вторичных источников информации для традиционных СМИ (в ряде случаев и поставляя обществу контент альтернативного содержания). При этом процесс интерактивного взаимодействия не предполагает обязательного согласия потребителя информации с идеями коммуникатора. Эффективное коммуникативное взаимодействие подразумевает *плюрализм*, т.е. признание права противоположной стороны иметь собственное мнение, делать свои выводы и самостоятельно принимать решения.

Для того чтобы пользователь интерактивных медиа мог реализовывать указанные коммуникативные стратегии, он должен обладать определенным уровнем коммуникативной (информационной) культуры. Коммуникативная культура выступает содержательной стороной субъект-субъектных и объект-объектных отношений, проявляющихся в процессе взаимодействий потребителей информации с контентом интерактивных медиа.

Только достигнув соответствующего уровня коммуникативной (информационной) культуры, пользователь интерактивных медиа может

стать редактором и даже создателем новых содержательных продуктов. В его лице объединяются и потребитель, и производитель, интегрируются различные роли и функции, в рамках функционирования прежней модели социального института прессы строго разделенные. Таким образом, удовлетворение потребностей конкретного пользователя становится одним из важнейших побудительных мотивов процесса конвергенции и этот фактор оказывает важнейшее влияние на трансформацию социального института прессы.

В параграфе 2.2. диссертации **«Влияние процессов трансформации социального института прессы на изменение ролевых функций основных акторов, участвующих в деятельности масс-медиа»** рассмотрено изменение ролевых функций социальных агентов, влияющих на развитие интерактивных масс-медиа.

Для того чтобы процессы институционализации успешно завершились, необходимо изменение ролевых функций всех акторов, участвующих в функционировании прессы как социального института. Интерактивные масс-медиа могут рассматриваться в качестве социального инструмента, обеспечивающего осуществление диалога государства и общества лишь в той мере, в какой они способны стимулировать общество к инициированию осмысленных социальных коммуникаций и активному в них участию. Важную роль при этом играют как масс-медиа элита, финансирующая внедрение новых форм коммуникативных взаимодействий, так и сообщества журналистов, на практике воплощающие принципы интерактивности во взаимодействии с аудиторией. Изменение роли аудитории в процессе трансформации социального института прессы носит дуалистичный характер. С одной стороны пользователи способствуют повышению эффективности функционирования этого социального института, а с другой - именно благодаря наличию обратной связи становится возможным появление новых вызовов, связанных с последствиями отрицательного девиантного поведения.

Именно в результате институционализации создаваемый интерактивными масс-медиа социальный мир обретает вид всеобъемлющей реальности. И только в таком виде - в виде «объективного мира» - социальные институты, на функционирование которых влияет пресса (государство, религиозные, научные и образовательные, семья, искусство) смогут более эффективно создавать и транслировать социальные ценности новым поколениям, обеспечивая тем самым непрерывность социального развития и устойчивость человеческого сообщества.

Третья глава диссертации «**Трансформация социального института прессы: влияние на функционирование социальных структур**» посвящена влиянию интерактивных медиа на динамику социальных групп и анализу функционирования интерактивной прессы в современной России. Несмотря на экономические и политические проблемы в нашей стране интерактивные медиа уже получили развитие и поэтому с точки зрения автора диссертации могут изучаться как реально существующий социальный объект.

В параграфе 3.1 «**Влияние интерактивных медиа на динамику социальных групп**» автор диссертации отмечает, что дискурсивные практики интерактивных медиа не автономны, будучи объективированными в коммуникативных действиях и структурах, они порождают и модифицируют находящиеся в рамках социального института прессы социальные структуры потребителей медийного контента. Коммуникация является конституирующей основой всякой организационной системы и любой организационной культуры. В указанном отношении происходящая под влиянием интерактивных медиа трансформация социального института прессы, без сомнения, оказывает влияние на процессы функционирования социальных групп.

Применительно к функционированию интерактивных медиа имеют значимость и социально-психологические субъективные характеристики аудитории. Необходимо учитывать и усиление рационально-утилитарной

мотивации (мотивов-причин) выбора коммуникативных источников и сохранение защитной, компенсаторной и эскапистской мотивации в объяснении мотивов-целей обращения к массовым коммуникациям.

Некоторые родовые характеристики делают интерактивную коммуникацию особенно эффективной для осуществления внутренней коммуникации в пределах гомогенных групп. Интерактивная коммуникация тогда эффективна, когда ориентирована на заранее сегментированные социальные группы, уже имеющие устоявшиеся социальные нормы.

С точки зрения автора диссертации анализ роли интерактивных медиа в социальной жизни общества должен осуществляться с учетом информационной стратификации участвующих в интерактивных взаимодействиях акторов или же лиц, по тем или иным причинам не имеющих возможностей доступа к электронным технологиям. Международный опыт свидетельствует о необходимости разработки академическим сообществом таких социальных моделей функционирования СМИ, которые бы отвечали вызовам нового этапа демократического развития страны.

Речь при этом идет не только об исследованиях, но и о целенаправленном формировании соответствующей общественной потребности, учете общемировых тенденций в вопросах подготовки журналистов. Интерактивные масс-медиа в рамках осуществления социального диалога являются эффективным инструментом воздействия социальных групп на функционирование общественных институтов.

В параграфе 3.2 **«Влияние интерактивных медиа на трансформацию социального института прессы в России»** указанные выше положения рассматриваются применительно к реалиям функционирования интерактивной прессы как социального института в современном российском обществе. При этом автор диссертации не только выявляет вектор развития, но и обозначает факторы как способствующие внедрению новых медийных

коммуникативных технологий, так и препятствующие указанным процессам, а также обозначает позиции основных акторов.

Средства радио и телевидения характеризуются большим числом ключевых элементов, которые практически не изменяются или изменяются очень медленно. Исходя из этого, при прогнозировании темпов внедрения интерактивных масс-медиа следует основываться на допущениях о постоянстве указанных элементов.

Развитие интерактивных медиа в России имеет свои особенности, обусловленные не только уровнем развития телекоммуникаций, но и социальными причинами. Динамика социального и интеллектуального развития российского общества в условиях демократизации настоятельно ставит вопрос о пересмотре концептуальных основ функционирования социального института прессы. Отказ от концепций управляющего воздействия в пользу концепций развивающегося (в том числе интерактивного) взаимодействия предполагает коренной пересмотр многих традиционных представлений о функциях, целях, предмете, средствах и формах функционирования масс-медиа, участия в социальном диалоге. Вместе с тем, непродуманное внедрение интерактивных технологий может стать одним из факторов углубления информационной стратификации российского общества.

В Заключении диссертации подводятся итоги разработки модели трансформации социального института прессы, происходящей под влиянием интерактивных медиа, намечаются перспективы дальнейшей разработки темы.

По теме диссертации опубликованы следующие работы:

1. Зуева Е.Л. Интерактивные медиа и развитие социальной активности местных сообществ. / Тезисы докладов и выступлений на П Всероссийском социологическом конгрессе «Российское общество и

социология в XXI веке: социальные вызовы и альтернативы»: В 4 т. -М., Ростов-на-Дону: Альфа-М, ИППК РГУ, 2004. -Т. 4. С. 304-305. -0,2 п.л.

2. Зуева Е.А. О разработке социальных моделей применения интерактивных СМИ. / PR-технологии в информационном обществе: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 4-5 ноября 2003 г. -СПб.: Издательство Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, 2003. С. 50-52. -0,2 п.л.

3. Зуева Е.А. Проблемы и перспективы развития интерактивных медиа. / Актуальные проблемы коммуникации и культуры. Сб. научных трудов. -Пятигорск.: Пятигорский государственный лингвистический университет, 2004. С. 66-75. -0,63 п.л.

4. Зуева Е.А. Влияние интерактивных медиа на социальную жизнь общества. / «Ломоносов-2004». Материалы международной научной конференции. -М.: Факультет журналистики МГУ, 2004. С. 130-132. -0,2 п.л.

5. Зуева Е.А. Функционирование социальных структур в условиях трансформации института прессы. / Цивилизация и человек: проблемы развития (Лосевские чтения). Материалы ежегодной научно-теоретической конференции. -Новочеркасск.: Южно-Российский государственный технический университет (НПИ), 2004.С.184-186. -0,2 п.л.

6. Зуева Е.А. Социальный институт прессы в условиях развития новых медиа. / Вопросы социально-гуманитарных наук. Сб. научных трудов. -Ростов-на-Дону.: Ростовский государственный экономический университет (РГЭУ «РИНХ»), 2004.-1 п.л.

7. Зуева Е.А. Коммуникативная компетентность качественной прессы. / Актуальные проблемы межкультурной коммуникации. Материалы региональной научно-практической конференции. -Ростов-на-

Дону.: Ростовский государственный экономический университет (РГЭУ «РИНХ»), 2004.С.23-24. -0,1 п.л.

8. Зуева Е.А. Региональная пресса в системе деловых коммуникаций. / Журналистика в 2003 г: обретения и потери, стратегии развития. В 3Т. -Москва.: Московский государственный университет (МГУ), 2004. -Т.2.С.153-154. -0,1п.л.

9. Зуева Е.А. Социальный диалог в режиме он-лайн. / Рубикон. Сб. работ молодых ученых. -Ростов-на-Дону.: Ростовский государственный университет, 2004. -0,1 п.л.

Подписано к печати 25.11.04 г. Сдано в печать 26.11.04

Печать цифровая. Бумага офсетная. Гарнитура «Тайме».

Формат 60х84/16. Объем 1,0уч.-изд.-л.

Заказ №371. Тираж 100 экз.

Отпечатано в КМЦ «КОПИЦЕНТР»

344006, г. Ростов-на-Дону, ул. Суворова, 19, тел. 247-34-88

#26437