



003483332

На правах рукописи

**АНТОНОВ
КОНСТАНТИН АЛЕКСАНДРОВИЧ**

**ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ НОВОСТИ
В МАССОВО-КОММУНИКАЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ:
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ МЕХАНИЗМОВ
СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОГО КОНСТРУИРОВАНИЯ**

Специальность 23 00 02 – политические институты, этнополитическая
конфликтология, национальные и политические процессы и технологии
(социологические науки)

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
доктора социологических наук

19 НОЯ 2009

Кемерово 2009

Работа выполнена на кафедре социологических наук
Кемеровского государственного университета

Научный консультант доктор социологических наук, профессор
Шпак Лидия Леонидовна

Официальные оппоненты

доктор социологических наук, профессор
Лихачева Лилия Сергеевна

доктор философских наук, профессор
Мансурова Валентина Дмитриевна

доктор социологических наук, профессор
Старикова Людмила Николаевна

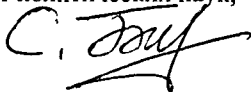
Ведущая организация Новосибирский государственный технический университет

Защита состоится « 20 » ноября 2009 г в 14 час 15 мин на заседании диссертационного совета Д 212 088 06 в Кемеровском государственном университете по адресу 650043, г Кемерово, ул Красная, д 6, КемГУ (корпус 1)

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Кемеровского государственного университета (корпус 1)

Автореферат разослан « 19 » ~~сентября~~ ^{октября} 2009 г

Ученый секретарь диссертационного совета Д 212 088 06
кандидат политических наук,
доцент



/С. В Бирюков/

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИССЕРТАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Актуальность темы исследования обусловлена возрастающим влиянием средств массовой коммуникации (СМК) и, в особенности, телевидения на социально-политические трансформации, происходящие в России и в мире. Массовое производство и распространение информационных, развлекательных, познавательных телепрограмм, их доступность, использование интерактивных форм структурирования содержания сформировали привычки потребления телевизионного контента.

Телевидение в определенной степени структурирует социальное время индивида. Стратегия современного телевидения реализуется таким образом, чтобы удовлетворить разнообразные интересы аудитории, сделать телепоказ неотъемлемой частью его повседневности, учитывая современный ритм и распорядок социально активного гражданина. Сетка вещания синхронизируется с рабочим графиком и временем отдыха, маркируя социальное время индивида на время «до» и «после» новостей.

Эти свойства современного телевидения, совершенствование каналов передачи информации формируют определенный набор механизмов, способов организации материала, которые производители медиапосланий используют при конструировании медиаформ. Среди них наиболее значимой медиаформой являются телевизионные новости. Опросы подтверждают, что телевизионные новости являются самой популярной и массовой программой современного телевидения.

Благодаря технико-технологическим свойствам телевидение в политике используется для реализации стратегий, направленных на изменение поведения индивидов, достижение политической власти. При этом цензура, прямое вмешательство в деятельность институтов медиа в демократическом государстве запрещены и способны не только снизить доверие в СМК, но и вызвать возмущение в обществе. В этой ситуации политические акторы, являющиеся наряду с репортерами статусными участниками производства медиапосланий, усваивают и применяют логику и форматы современного

телевидения. Они не только осведомлены, но и используют механизмы конструирования медиаформ в политической практике. Аудитории предлагается не «отраженная картина мира», а некий конструкт. Сконструированная медиареальность представляет собой интерпретацию случившегося с определенной долей упрощенности и условности, но ввиду использования аудиовизуальных техник, инкорпорирования социально-политических практик, реальных персонажей, пространственно-временной синхронизации системы символов аудитория фиксирует соответствие ее окружающему миру.

Медиареальность, в отличие от виртуальной реальности, представляется индивиду реальным и достоверным отражением произошедшего за счет использования совокупности механизмов ее конструирования. Совокупность механизмов конструирования медиареальности, относящихся к интернальным свойствам медиа, обеспечивает индивиду «плавный» переход из одной реальности к другой. Поэтому важна и актуальна попытка комплексного анализа механизмов конструирования медиареальности, того, как событие *event* трансформируется в медиаформу – *news*.

Констатация факта, что социальные изменения происходят на фоне взаимодействия информационных технологий с политическим контекстом, позволяет в качестве актуальных проблем для исследования выдвинуть анализ механизмов того, как медиа способны конструировать социально-политические отношения. Медийный фактор стал во многом определять логику развития социума за счет возрастающей коммуницируемости всех составляющих его элементов на основе новых носителей информации. При этом сами «каналы», генерирующие и распространяющие информацию, получают значительную автономию, становясь институтами со своими целями, правилами, соглашениями, механизмами контроля. Телевидение является одновременно механизмом реализации политических практик и самостоятельным политическим актором.

При всем многообразии экспликаций телевизионные новости являются исторически сложившейся и наиболее значимой формой познания и интерпретации реальности. Поэтому актуальной является постановка вопроса о том, как создается значение посредством медиаформатов.

Таким образом, актуальность темы исследования определяется потребностью современного общества в адекватном понимании процессов конструирования медиареальности, ее влияния на социально-политические отношения. Актуальность темы диссертационного исследования обусловлена необходимостью осуществления новых подходов в социологических исследованиях, развивающих отечественную социологию и обогащающих ее новыми идеями и концепциями.

Проблемная ситуация. В современной социологической литературе встречается немного работ, в которых были бы представлены методологические разработки целостного анализа производства медиапосланий. В настоящее время социология пытается конкретизировать проблемное поле исследований массовой коммуникации. Несмотря на существование различных подходов и методик, предметных категорий анализа, в последние годы интерес исследователей направлен на изучение социальных изменений параллельно с изменением коммуникативных технологий.

Существуют теории, в рамках которых медиавоздействие описывается как сложный, нелинейный процесс. Однако для всех таких теорий характерен холистский подход, когда когнитивные ресурсы аудитории и медиасодержание представляются как константные структуры, совершающие определенный набор операций по отношению друг к другу. Как правило, теории воздействия оперируют такими категориями, как манипулирование, реакция, стабильность, традиционными для функционального подхода, находящимися в предметном и инструментальном поле позитивизма.

СМК традиционно приписывается функция социального и политического контроля, как доминирующая и определяющая их

специфическую роль в политическом процессе Профессия репортеров считается общественно значимой, из чего следует вывод, что они на уровне профессиональной традиции обязаны исполнять нетематизируемые сакральные нормы, находящиеся, скорее, в плоскости аксеологии Между тем, производство медиапосланий детерминруется не только социальным и политическим заказом, но и подчиняется экономическим законам рынка, сложившимся отношениям в политической сфере, учитывает геополитические тенденции

Производители медиапосланий вынуждены руководствоваться практическими рациональными императивами, при этом нередко вступать в противоречие с социально обусловленными требованиями Конфликты, порождающиеся этими противоречиями, вызывают в общественном дискурсе критику СМИ, якобы нарушающими баланс между «должным» и «сущим» На этом основании делается вывод о том, что СМИ не только не реализуют функцию общественного контроля, но и способствуют разбалансированности социально-политической системы Сформулированная именно таким образом проблема, анализируемая в рамках традиционного системно-функционального подхода, действительно приводит к выводу о разрушительной роли СМИ, якобы утративших способность осуществлять общественный контроль над деятельностью власти и конституировать общественный дискурс по наиболее значимым социальным проблемам Но этот фокус исследования свидетельствует не о кризисе в СМИ, а о кризисе научного описания и отсутствии достаточной рефлексии в науке по этому поводу

Анализ деятельности СМИ, выполненный в традициях системно-функционального подхода, позволяет выявить системно-институциональные связи подсистемы СМИ с другими подсистемами социума Эта позитивистская натуралистическая ориентация во многом определила приоритет объективистских постулатов о том, что социальные структуры и все общественные явления представляют собой объективную реальность, не зависящую от субъективных мотивов и поступков включенных в нее

индивидов. Так, например, исходя из функционалистской перспективы, компоненты макросоциальной системы, включая новостные медиа, содействуют стабильности существующих институциональных соглашений. Однако этот тезис фактически легитимирует контроль политических элит над медиа, исключение из их содержания конфликтных и дискуссионных тем, способных, по мнению правящих элит, дестабилизировать ситуацию и проявить явную дисфункциональность медиа.

Из поля зрения исследователя, при этом, выпадают действия реальных политических субъектов, их наличные цели и мотивы, технико-технологические факторы, рутинные практики, корпоративная специфика, влияющие на процесс создания медиапосланий. Проблемы анализа механизмов конструирования социально-политической реальности новостными медиа не решаются в рамках одной доминирующей парадигмы. Возможный путь преодоления указанных противоречий видится в использовании теоретико-методологического потенциала конструктивистских направлений, интегративных теорий, акцентирующих внимание на искусственном происхождении элементов социальной структуры в результате сознательной деятельности индивидов и социальных институтов.

Для конструктивизма характерно особое внимание к технологии и механизмам конструирования социальных структур. Это позволяет рассматривать процесс производства новостных медиапосланий как коммуникативный процесс, предполагающий информационное, нормативное, корпоративное, межличностное взаимодействие, интегрирующее в конечный конвенциональный продукт социально-политические практики легитимных субъектов политической коммуникации.

Научная разработанность темы. Сложный, комплексный характер исследования механизмов социально-политического конструирования, значительное число специальных разработок по данной проблеме с необходимостью заставляют обратиться к широкому кругу литературы по социальной философии, теоретической и прикладной социологии,

политологи. Вся имеющаяся литература можно подразделить на пять относительно самостоятельных блоков

Первый блок литературы, связанный с классическими подходами к изучению общесоциологических понятий и категорий, включает в себя широкий круг работ классиков социологии М Вебера, Э Дюркгейма, Г Зиммеля, К Маркса, Р Мертон, Т Парсонса, Дж К Хоманса, А Шюца, феноменологию Э Гуссерля. Концепции, посвященные анализу нового видения роли и перспектив социологии и рассматривающие в качестве своего предмета какие-либо значительные социальные образования, при всем их различии, едины в признании коммуникации в качестве одного из доминирующих факторов социальных изменений. Имеются в виду работы П Бурдьё, И Валлерстайна, Э Гидденса, П Штомпки, Д Ритцера и других социологов. Общетеоретические и методологические проблемы современной социологии отражены в работах Д Александера, С А Аржоманда, З Баумана, П Блау, Г Йоаса, Р Коллинза, Т Куна, Д Ливайна, А Турена, активно обсуждаются в работах российских исследователей Г С Батыгина, А О Бороноева, А Б Гофмана, В И Добренькова, Г Е Зборовского, Г Г Здравомыслова, А И Кравченко, Е М Ковалева, В П Култыгина, Г В Осипова, Н В Романовского, Ж Т Тощенко, Г Г Татаровой, И Е Штейнберга, В А Ядова

Второй блок литературы касается взаимоотношений СМК и власти. Развитие производства тиражирования печатных изданий, экономических отношений стимулировало появление периодических изданий, ставших доступными различным слоям населения и обслуживавших запросы нарождающейся буржуазии. В условиях существовавших политических отношений в XVII веке представителями либеральных кругов Англии, а в последствии и в других странах Европы, был впервые поднят вопрос о свободе печати, выражения мнений как о легитимном и демократическом механизме, обеспечивавшем участие граждан в управлении государством. Дж Локк, Дж Мильтон, Ш Л Монтескье, Дж Милль настаивали на праве

граждан осуществлять контроль над деятельностью власти посредством свободной и независимой прессы, заложив нормативно-ценностные основы либертарианской модели СМК

В середине XIX века проблема взаимоотношения СМК и политической власти была актуализирована в рамках марксистской традиции социально-философского анализа. Понятие «идеология», как «ложное сознание», «иллюзия эпохи», введенное в научный оборот К Марксом и Ф Энгельсом, в дальнейшем развитое в трудах таких ученых-марксистов, как А Грамши, Л Альтюссер, обозначило круг проблем, которые до сих пор продолжают оставаться в центре внимания исследователей. Поскольку идеология способствует доминированию одних над другими, то СМК выступают механизмом реализации господства правящей элиты.

С точки зрения основоположников критической традиции М Хоркхаймера, Т Адорно, В Беньямина, в условиях капитализма рыночные законы детерминируют развитие всех сфер общества. Производство СМК при этом становится товаром. Осуществляющие «символическое насилие» посредством информационного воздействия (рутинизация, стереотипизация медиапроизводства) СМК добиваются изменения поведения аудитории в интересах правящей элиты. Поскольку власть СМК абсолютна, то они являются мощнейшим инструментом в руках правящих политических элит.

В дальнейшем эту линию критики «индустрии культуры» продолжил американский социолог Н Постман, проанализировавший специфическую роль телевидения и телевизионных новостей, в частности. По его мнению, рыночная компонента производства новостей, синхронизируемая с логикой политического процесса, современное телевидение выхолащивает рациональное содержание, представляя важнейшие проблемы в упрощенном, развлекательном стандарте. С представителями «критической традиции» и Франкфуртской школы солидарны Дж Фиск, Дж Хартгли, С Холл – основоположники Бирмингемской школы культурных исследований, – в том, что СМК обеспечивают идеологическое доминирование господствующих

классов, однако делают это без видимого принуждения и прямого насилия, а посредством «символических кодов», с помощью которых аудитории навязываются определенные идеологические ценности. При этом Л. Зигельман, Х. Молотч, Д. Олтейд, П. Сноу, Г. Тачмен, представители конструктивизма, попытавшиеся синтезировать методологию социальной феноменологии, символического интеракционизма и этнометодологии, – подробно описали механизмы, с помощью которых правящей элите удастся использовать интернальные свойства медиа, их форматы, рутинные способы организации и, в конечном итоге, обеспечивают контроль за СМК. В отечественной литературе эти аспекты практически не разрабатывались.

Третий блок литературы отражает труды социологов, посвященные общим проблемам функционирования массовой коммуникации в обществе. Первой попыткой комплексного исследования эффектов массовой коммуникации и ее функций в обществе была книга У. Липпмана «Общественное мнение». В 30-50-е годы стали популярны эмпирические исследования, целью которых было исследование эффектов массовой коммуникации. Это работы П. Лазарсфельда, Э. Дениса, Г. Лассуэла, К. Левина, Р. Мертона, Д. Уайта.

Социология СМК в структуре социологического знания представлена в работах советских и российских исследователей: А. Н. Алексева, В. Г. Бакулева, С. И. Беглова, О. Б. Божкова, И. М. Дзялошинского, Е. Г. Дьяковой, А. Г. Быстрицкого, Ю. В. Вооглайда, Б. А. Грушина, И. И. Засурского, Л. М. Земляновой, А. А. Калмыкова, Л. Н. Когана, В. З. Когана, В. П. Конечкой, Л. А. Кохановой, М. И. Красильникова, М. Й. Лауристин, Л. В. Матвеевой, М. М. Назарова, Т. В. Науменко, Э. Тамре, В. П. Терина, А. Д. Трахтенберг, Л. Н. Федотовой, Б. А. Фирсова, И. Д. Фомичевой, Г. И. Хмары, Г. Г. Почепцова, Н. А. Романович, А. Е. Чириковой, В. И. Шаркова.

Четвертый блок литературы содержит работы, в которых анализировались отдельные аспекты, частные теории и модели

функционирования СМК в политике Это работы Л Ван Зоонен, Г Лассуэла, П Лазарсфельда, Э Ноэль-Нойман, Ш Иейнгара, Н Фейрклафа

Специфика телевидения, как канала коммуникации, с присущими ему особенностями репрезентации реальности рассматривалась в работах Э Г Багирова, Р В Борецкого, Н А Голядкина, В В Егорова, Г В Кузнецова, С К Муратова, В Л Саппака, В Л Цвика Э Эпштейна

Глубинные социальные, политические изменения, происходящие в обществе, придали средствам массовой коммуникации определенную динамику развития Технично-технологические изменения производства информации и трансляции коммуникации, трансформации в социальной и политической структуре и изменения информационных обменов оказывают взаимное влияние друг на друга, на что обратили внимание, в рамках концепций информационного общества, виртуальной реальности, технологического детерминизма, постмодерна такие исследователи, как Д Белл, Зб Бжезинский, Ж Бодрийяр, Г Иннис, Ги Дебор, П Дракер, Д Рисмен, Г Канн, Р Катц, М Кастельс, М Маклюэн, Д Тапскотт, Э Тоффлер, Д Уэбстер, Х Шрадер Отечественные исследования в этих направлениях представлены работами Р Ф Абдеева, Н А Васильевой, В В Витковского, В А Гуторова, С А Дятлова, Д В Иванова, В Л Иноземцева, А И Ракитова, Б В Маркова, О С Сухарева и др

Пятый блок литературы включает работы тех авторов, которые имели непосредственное методологическое значение для данного исследования При характеристике роли и места СМК в современном обществе необходим сравнительный анализ характера современных массово-коммуникационных процессов с состоянием коммуникации в доиндустриальную эпоху В этой связи можно сослаться на работы Б В Дубина, А Н Кушковой, А Ф Лосева, Б Малиновского, Е М Мелетинского, В Я Проппа, Ч Пирса, М А Пятигорского, Б А Успенского, О М Фрейденберг, М Элиаде

Особое место занимают работы теоретиков структурного функционализма, теории систем и современных представителей системного подхода А А Давыдова, П Лазарсфельда, Н Лумана, Б Малиновского, Р Мертона, Т Парсонса

Тезис о том, что между индивидом и окружающим его миром существует некая псевдосреда, ответственность за формирование которой несет в современном мире пресса, был подвергнут рефлексии исследователями, стоящими на позициях социальной феноменологии, символического интеракционизма, некоторых неомарксистских направлений, сторонниками критической традиции, доказывающими, что медиареальность конструируется, а медиаформаты влияют на деятельность социально-политических институтов Эти идеи и положения содержатся в работах таких авторов, как Л Ван Зоонен, К Джонстон, А Дойл, Дж Керри, Д Олтейд, С Пауэрс, Н Постман, Р Сильверстоун, Р Сноу, Г Тачман, Дж Фиск, Дж Хартли, С Холл, М Шадсон, Б Унсворт, Р Уильямс, Р Эриксон, а также в трудах российских исследователей М Н Грачева, Е Г Дьяковой, Е Ю Кольцовой, И А Мальковской, Г Г Почепцова, А И Соловьева, А Д Трахтенберг

Принципиальными для данного исследования являются общетеоретические работы П Бергера, Б Бергер, Х Г Гадамера, Г Г Гарфинкеля Т Лукмана, Г Мида, Ю Хабермаса, М Хайдеггера, Ч Кули, А Щюца

Несмотря на широкий интерес социологического сообщества к массовой коммуникации, остается вне пределов комплексного исследования процесс конструирования значений в телевизионных новостях В большинстве работ, в том числе в специализированных социологических периодических изданиях, телевизионные новости используются как объект и среда получения эмпирического материала для обоснования и анализа других проблем Отдельные фрагменты анализа механизмов производства

телевизионных новостей содержатся в работах Д. Галтунг, Г. Лазутиной, Я. Назаровой, М. Руге, В. Цвика, М. И. Шостак

Согласно конструктивистским теориям, когнитивные системы не в состоянии различать условия существования реальных объектов и условия их познания, этот «недостаток» исправляется на уровне наблюдения второго порядка, по Н. Луману, «наблюдения когнитивных операций других систем». Таким образом, медиареальность вырабатывается внутри системы, путем придания ей смысла. Она возникает путем достижения согласия всех участников коммуникационного процесса в процессе самореференции и путем согласованных действий с другими системами – в процессе инореференций. Последнее обстоятельство служит контраргументом постмодернистским концепциям, поскольку очевидно, что конструируемая медиа реальность не исключает каузальных воздействий извне. Это значительно осложняет познавательный процесс, поскольку ставит перед исследователем задачу не только выявления системных связей, но анализа механизмов конструирования медиареальности, в том числе задаваемыми технико-технологическими, маркетинговыми условиями, влияющими на функционирование СМИ.

Таким образом, в социологической науке отсутствует достаточно полное и системное представление о процессах, механизмах и социально-политического конструирования в медиaprостранстве. Основное внимание уделяется изучению внешних факторов – экономическому, политическому, идеологическому, тогда как производство медиапосланий является еще и следствием реализации рутинных практик, корпоративных особенностей, правил и процедур, форматов и логики медиа.

Таким образом, кроме явных и традиционных инструментов давления на СМИ существует еще и ряд скрытых механизмов, используемых политическими элитами в достижении власти, исследование которых пока не является комплексным и системным. В современной литературе фрагментарно поднимаются указанные проблемы, однако решение их

предлагается в публицистической, описательной манере. Отсутствие знаний о том, как используются механизмы и медиатехнологии в социально-политическом конструировании, приводят к необоснованным выводам о медиаимпериализме, абсолютном влиянии телевидения на аудиторию, лишают общество возможности выработки эффективных механизмов влияния на медиапроизводителей

Объект исследования – производство массово-коммуникационных теленовостей

Предмет исследования – выявление и анализ механизмов социально-политического конструирования и их использования в конвенциональном производстве телевизионных новостей

Цель предлагаемого исследования – выявление и анализ механизмов социально-политического конструирования в конвенциональном процессе производства теленовостей

Достижению поставленной цели подчинено решение следующих **задач**:

1) теоретико-методологические

- выявление статуса массовой коммуникации в структуре социологического знания в рамках базовых понятий и категорий, характеристика традиционных и современных теоретических подходов к анализу массовой коммуникации,

- анализ специфики массовой коммуникации, сложившейся под влиянием внутрисистемных изменений и внешних воздействий,

- анализ различных форм информационных обменов в исторической ретроспективе,

- репрезентация феномена «медиареальность», «медиаформат», «медialogика»,

- на основе теоретического представления о существовании множества реальностей, конструируемых индивидами, дать характеристику процесса социально-политического конструирования, характеризующегося

специфическими формами взаимодействия участников производства теленовостей, стремящихся реализовать свои наличные цели

2) предметно-содержательные

- изучение структуры и специфики механизмов конструирования социально-политической реальности в телевизионных новостях,
- анализ производства телевизионного коммуникативного события как реализации ролевых практик субъектов политики
- исследование производства телевизионных новостей, как рефлексивного процесса, взаимозависимостей медиапроизводства и изменений социально-политического контекста

3) прикладные

- характеристика взаимодействия политических акторов в массово-коммуникационном процессе,
- разработка предложений по организации оптимальной модели организации взаимодействия региональных органов власти и СМК,
- выделение перспективных направлений и технологии регулирования массово-коммуникационных потоков на уровне субъекта РФ

Проблема. Со стороны общества к массовой коммуникации, в связи с ее социально-политической значимостью, предъявляются завышенные требования. В условиях высокого статуса СМК и, в частности, телевизионных новостей существуют определенные противоречия между общественными ожиданиями и реальной медийной практикой. СМК продолжают выполнять традиционную роль посредника, механизма коммуникативных связей между субъектами социально-политического пространства. В то же время как институт они автономны и подчиняются внутренней логике. Это обстоятельство игнорируется, отсюда формируется предубеждение к деятельности медиа, а их роль демонизируется. Понимание внутренних, скрытых процессов производства медиапосланий позволило бы обществу вырабатывать эффективные механизмы влияния на деятельность СМК.

Хотя анализ массово-коммуникационных процессов вызывает интерес у представителей различных научных направлений, можно говорить о том, что он носит фрагментарный характер. Тот факт, что массовая коммуникация является объектом изучения различных дисциплин, несомненно, расширяет предметную плоскость, но в то же время существенно фрагментирует знание и порождает методологические проблемы. Исследования СМК в социологической парадигме также носят фрагментарный характер. Ограничение исследовательских процедур, объекта и предмета в рамках одной теоретико-методологической матрицы приводит к редукции, и тогда то, что выходит за рамки детерминистической парадигмы, остается неотрефлексированным. Например, если ограничиться изучением функций, то из поля зрения выпадает субъект (его наличные цели и мотивации), система действий (нормативные и рутинные практики) и взаимодействий (обменные процессы и достижение наличных целей субъектов в процессе взаимодействия). Именно эти категории являются ключевыми для данного исследования и являются объектами анализа интерпретивных социологических теорий, в фокусе внимания которых оказываются интересубъективная основа в выработке социальных значений, которые конструируются и воспроизводятся в процессе взаимодействия индивидов.

Теоретический анализ механизмов социально-политического конструирования медиареальности, проведенный в рамках конструктивистской парадигмы, не отрицающей наличия существенного влияния социальных процессов на субъективные конструкции реальности, позволяет преодолеть известный дуализм в науке.

Гипотеза диссертационного исследования социально-политическое конструирование медиареальности – феномен, вызванный технико-технологическими изменениями, институциональными и структурными преобразованиями в политике. Социально-политическое конструирование является также взаимодействием, в результате которого различные акторы достигают консенсуса по отношению к конечной области значения.

Сконструированная меднареальность задает формы и логику функционирования политики

Теоретико-методологическая основа исследования Поскольку категория «общество» редуцируется к понятию «система», а СМК являются его важнейшим элементом, то принципиальными и методологически важными являются работы, в которых предприняты попытки системного и структурного подходов к анализу деятельности СМК, как института. Таковыми являются работы Т. Парсонса, Э. Гидденса, П. Бурдьё, Н. Лумана, Ю. Хабермаса. Несмотря на позднюю критику концепции Т. Парсонса, ему удалось обосновать социологическое теоретизирование как законную и важную форму социологической деятельности. Методологически важным для данного исследования является концепция Т. Парсонса о структуре системы и ее взаимоотношениях с другими системами действия, согласно которой, различные социальные структуры выполняют по отношению друг к другу определенный набор функций. В этом смысле СМК рассматриваются как информационная подсистема общества, выполняющая определенный набор функций. В российской науке сторонниками такой позиции являются Б. А. Грушин, М. С. Каган, В. З. Коган, А. Д. Урсул.

Тенденции к новому теоретическому синтезу, выразившиеся в снижении уровня поляризации научных групп и школ, усилении интегрирования концептуальных аппаратов противоположных парадигм, взаимном поглощении и унификации терминологического инструментария теорий с их дальнейшей трансформацией, отмечены появлением новых «синтезирующих концепций» в социологии. Дж. Александера, П. Бурдьё, Э. Гидденса, Н. Лумана, Ю. Хабермаса. При этом концепция Н. Лумана претендует на кардинальное изменение исследовательской парадигмы в социологической теории. По Н. Луману, коммуникация – единственная общественная структурообразующая единица, она конституирована тремя элементами: сообщением, информацией и пониманием. Однако главная проблема этих теорий – согласование феномена социального порядка с теми

взрывными, бифуркационными «взломами», характеризующими современные социально-политические изменения

Признание в них доминирующей роли коммуникации в современных изменениях позволяет диссертанту использовать теоретико-методологические концепты, содержащиеся в этих теориях, в настоящем исследовании и те теоретико-методологические подходы, которые позволяют анализировать локальные, частные аспекты массово-коммуникационных процессов. Такие подходы содержатся в работах Д. Олтейда, М. Шадсона, Э. Эпштейна, Л. Ван Зоонен, Н. Постмана, Р. Сноу, Д. Фиска, С. Холла, Н. Фейрклафа, С. Пауэрса, а также российских ученых Е. Г. Дьяковой, А. Д. Трахтенберг, О. Ю. Кольцовой, М. М. Назарова, Г. М. Бакулева.

В основании диссертационного исследования лежит сочетание интерпретивного, системно-функционального и аналитического методов. Анализ процессов и механизмов социально-политического конструирования телевизионными новостями предполагает различение позиций академического исследователя, эксперта и непосредственного участника.

Эмпирическую базу исследования составляют социологические исследования отечественных и зарубежных исследователей, а также результаты включенного наблюдения, результаты опросов и интервью, проведенные автором, опубликованные в печати, сравнительный анализ выпусков телевизионных новостей в период с 1996 по 2007 год телекомпаний ГТРК «Кузбасс» (Кемерово), ГТРК «Новосибирск» (Новосибирск), ГТРК «Томск» (Томск), ТК «ТВ-«2» (Томск), ГТРК «Центр России» (Красноярск), ТК «ТВК» (Красноярск), ТК «Афонтово» (Красноярск), участие автора диссертации в подготовке репортажей для Дирекции информационного вещания ОАО «Первый канал» с 1996 по 2006 год (всего подготовлено и выпущено в эфир в программах «Время», «Новости», «Доброе утро» более 2000 репортажей, видеосообщений и интервью), исследование регионального медиарынка, взаимоотношений администрации Новосибирской области и редакции информационного вещания ГТРК

«Новосибирск», проведенное автором диссертации для выработки информационной политики Новосибирской области

Научная новизна исследования.

✦ Автором существенно дополнена имеющаяся в социологии характеристика социального конструирования (П Бергер, Н Лукман) и представлена такая разновидность конструирования, как социально-политическое, основанное на внутримедийной специфике производства теленовостей для использования их в публичной политике и частной жизни граждан

✦ В диссертации представлена концепция социально-политического конструирования теленовостей с помощью специализированных механизмов Доказана методологическая необходимость рассматривать социально-политическое конструирование в процессе производства медиапосланий как процесс реализации социально-политических практик и социально-политических изменений Социально-политическое конструирование медиареальности представлено в контексте проблемы взаимодействий различных участников политического процесса, что является основным источником воспроизводства и изменений в политике Развернутые описания механизмов и процессов производства медиапосланий в социально-политическом конструировании реальности существенно дополняют научные трактовки роли медиареальности в политике

✦ Типоформирующие механизмы медиаформ рассматриваются в широком социально-политическом контексте Этические проблемы производства медиаформ выводятся за рамки узкого профессионально-нормативного контекста и представляются как зависимый от социально-политических условий рефлексивный процесс Под воздействием экономических факторов медиапроизводители достигают эффекта демассовизации аудитории, выхолащивая из содержания телевизионных новостей общественно значимые темы При этом медиа выполняют функцию

сохранения баланса и фундаментальных оснований политического порядка при внешнем сохранении демократических процедур

❏ Медиасобытие представляется как результат достижения консенсуса различных способов интерпретации социально-политической реальности различных участников социально-политического взаимодействия, реализации ими своих наличных целей, социально-политических практик согласующихся с имманентными свойствами медиа и социально-политическим контекстом

❏ Медиалогика и медиаформат представляют собой не только механизмы, с помощью которых производители медиапосланий структурируют и формализуют содержание события. Они становятся рутинными практиками, с помощью которых политические акторы достигают своих наличных целей в политике. Практики политической деятельности приводятся в соответствие с требованиями медиалогии и медиаформата

На защиту выносятся следующие положения:

- Теоретический анализ механизмов конструирования медиареальности телевизионными новостями строится в пределах, заданных конструктивистским подходом. При таком подходе представители различных теоретических направлений достигают консенсуса в главном – в признании того факта, что медиа не отражают, а конструируют особую медиареальность
- Интерпретация понятия «медиа» позволяющее сделать акцент на технико-технологических факторах средств массовой коммуникации и их влиянии на социально-политические изменения. Техничко-технологические свойства телевидения формируют «стиль показа», являющийся структурой, с помощью которой медиа конструируют конечные области значений. Он концентрируется на том, как объективируются субъективные смыслы, и как они интернализуются в сознании индивидов, и, в конечном итоге, экстернализуются в конкретных действиях. Телевизионные новости трансформируют события, влияя на время и пространство через «другое», сканирующее время. В отличие от печатной прессы, телевидение способно

обеспечить достоверность и «объективность» любому событию. Это формирует набор механизмов и способов конструирования медиареальности.

- Механизмы социально-политического конструирования медиареальности представляют собой совокупность медийных, социально-политических практик и технико-технологических условий производства медиaposланий, посредством которых реально произошедшее событие становится медиасобытием.
- Телевизионные новости – продукт иерархизированного производства. На каждой ступени медиаверсия события уточняется, согласовывается с учетом интересов всех участников коммуникативного акта и рутинными правилами производства. При существующей внутренней регуляции производства теленовостей каждый из участников коммуникативного акта привносит в социально-политическое взаимодействие субъективные нормы и правила, которые, возможно, имеют расхождения с профессиональной этикой производителей новостей и отражают вкусовые предпочтения, политические пристрастия. Однако на практике не происходит конфликтов, и итоговая версия события приводится в соответствие с неким нормативным образцом.
- Внутренняя логика медиа заставляет медиапроизводителей обращаться к развлекательным стандартам, под воздействием чего частное событие трансформируется в публичное и наоборот. Поскольку выпуск новостей наследует черты телесериала, это сказывается на подходе к освещению политических событий. Они должны подчиняться логике развлечений, драматизма, быть фрагментированы и продолжительными во времени – от выпуска к выпуску представлять собой нарратив, наполненный новыми деталями и персонажами.
- Экономический фактор приводит к концентрации в медиабизнесе, конвертации медиаресурса в политический. Доступность телевизионного сигнала для аудитории, идентификация аудитории с электоральной массой побуждают владельцев медиа использовать стратегии удержания и расширения аудитории. Ориентация производителей телевизионных новостей

на развлечение и драматизм, поверхностность подачи и изложения определяют форму их подачи. В итоге значительный круг важнейших социально-политических проблем не включается в повестку дня телевизионных новостей.

- Идеологический фактор способствует установлению над медиа контроля со стороны политических элит. Тезис о необходимости достижения стабильности социально-политической системы приводит к тому, что в содержании телевизионных новостей превалируют истории, а сами телевизионные репортажи отличаются свойствами повествовательного нарратива, выполненного в соответствии с драматургическими законами. Ответственность атрибутируется к конкретным персонам, что не затрагивает фундаментальные основы сложившегося политического порядка. Существующие демократические нормы не обеспечивают в полной мере защиту от манипулирования и пропаганды в интересах правящей элиты. Тип отношений между политической элитой и медиапроизводителями в России можно охарактеризовать как клиентские, что устраняет конфликты из публичной сферы.

- Политический фактор определяет тип и характер производства телевизионных новостей. В конструировании новостного события участвует большой круг персон, в результате чего процесс производства медиапосланий конвенциализируется. Для актуализации своей политической деятельности информационные акторы активно используют медиаформаты. На каждом из звеньев коммуникативной цепи, по которой трансформируется событие из статуса event в статус news, оно достигает солидарности и общей идентичности не только с аудиторией, но и с различными институтами, легитимируя существующий порядок. Наличие оперативной замкнутости, автономии и конструкции не исключают каузальных воздействий извне. Эти воздействия осуществляются не только нормативно, но и операционально, путем прямого участия субъектов политики в производстве медиасобытия.

- Внутрикorporативный фактор или «медиадиалогика» влияют на то, будет ли событие тематизировано в выпуске новостей, и на его семантику. В современном обществе медиа поставляют форму для взаимодействия индивидов и институтов, в основе которого – логика массово-коммуникационных процессов
- Электронные медиа и телевизионные новости, в частности, виртуализируют политику, сводят рациональные действия к символическим презентациям в телевизионном эфире. Политический процесс трансформируется от прямого участия граждан в совокупность опосредованных действий и акций, которые разворачиваются в символических формах в медианпространстве

Теоретическая значимость диссертационного исследования

Социологическая концептуализация проблемы социально-политического конструирования медиареальности позволяет преодолеть известный теоретико-методологический конфликт при анализе деятельности и роли СМК в политике, заключающийся в сосредоточении внимания исследователей на противоречии между должным и сущным, что приводит к известной демонизации СМК

Автором проведен комплексный анализ внутрикorporативных и технико-технологических, механизмов социально-политического конструирования медиареальности в телевизионных новостях на макро, мезо- и микроуровнях

Операционализация понятий «медиадиалогика» и «медиаформат», как совокупность механизмов социально-политического конструирования, конституируемые спецификой электронных СМК, с помощью которых событие трансформируется в новость, а реальная политическая практика приобретает формы телевизионных презентаций, доказательство того факта, что медиаверсия события является результатом взаимодействия различных политических акторов, которые устраняют конфликты и достигают консенсуса, рефлексивность и процессуальность производства медиaposланий

являются составной частью концепции социально-политического конструирования

Концептуально-методологические положения диссертации могут быть использованы как основания для дальнейших теоретических исследований процессов социально-политического конструирования, рутинных медийных практик, взаимодействия участников массово-коммуникационных процессов на стадии подготовки и производства медиапосланий

Практическая значимость диссертационного исследования

Анализ комплекса механизмов конструирования социально-политической реальности может рассматриваться в контексте операциональных правил производства медиапосланий профессиональным сообществом. Анализ форматов, логики медиа, специфики новостного телевизионного нарратива могут послужить для медиапроизводителей методическим основанием в повседневной профессиональной деятельности

Для группы «паражурналистов» описание механизмов конструирования социально-политической реальности является основанием для организации эффективного взаимодействия с медиа, реализации своих наличных целей. Понимание многогранности и сложности медиапроизводства всеми участниками массово-коммуникационного процесса в какой-то мере способно избавить их от конфликтов в процессе социально-политического взаимодействия

Другой группой реципиентов являются представители власти и политических элит. Признание ими того факта, что медиа являются автономными подсистемами, должно привести к воздерживанию от принятия решений и действий, направленных на ограничение этой автономии

Понимание механизмов социально-политического конструирования медиа может явиться основой медиаобразования, способствующего более адекватному отношению аудитории к продукции медиа

Материалы диссертации могут быть использованы при подготовке учебных курсов по социологии массовых коммуникаций, политической социологии, специальных журналистских дисциплин

Апробация научных результатов

Материалы диссертации использовались в лекционных курсах по социологии коммуникации, социологии журналистики, читаемых студентам специальности «Социология» на факультете политических наук и социологии и отделения журналистики филологического факультета Кемеровского государственного университета, а также для студентов Нового Сибирского института (г Новосибирск)

Основные положения диссертации излагались на региональных и международных конференциях Всероссийской научно-практической конференции «Журналистика в переходный период» 1992 г (г Москва), Всероссийской конференции «Российские региональные СМИ Информационный потенциал и коммуникативные технологии» 2000 г (г Омск), Всероссийской научно-практической конференции «Журналистика в поисках моделей развития» 2005 г (г Томск), Всероссийской научно-практической конференции «Профессиональные ценности журналистов» 2006 г (г Томск), Региональное развитие и политика» 2006 г (г Кемерово) Основные положения диссертации обсуждались на расширенном заседании кафедры социологических наук КемГУ

По проблемам диссертационного исследования опубликована 21 работа

Структура работы определена целью исследования, логикой изложения и отражает последовательность решения поставленных задач Диссертация состоит из введения, четырех глав (15 параграфов), заключения, списка литературы (210 названий) и приложений Основной текст занимает 354 страницы

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Во «**Введении**» обосновывается актуальность темы исследования, раскрывается степень изученности темы, определяются объект и предмет, цель и задачи исследования, характеризуются его теоретико-методологические основы, методы и информационная база, научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, формы апробации и практическое использование результатов, формулируются положения, выносимые на защиту

Первая глава «Социологический статус массовой коммуникации» посвящена анализу специфики социологического анализа массовой коммуникации, ее роли в социально-политических отношениях, представлены основные научные концепции и направления изучения массово-коммуникационных процессов

В параграфе 1.1 **«Массовая коммуникация: понятия и роль в обществе»** доказывается, что массовые коммуникации включены в систему социально-политических отношений и общественно-политической деятельности индивидов Средства массовой коммуникации во многом конструирует и конституирует социальную и политическую реальность

Массово-коммуникационная деятельность несводима к информационным обменам Массовая коммуникация предстает как процесс, деятельность, имеющая цель, опосредованную социальными потребностями Она дискурсивна, служит достижению социальной координации индивидуумов или групп через разделяемые ими символы и значения

Функционирование массовой коммуникации рассматривается автором в координатах социально-политического взаимодействия При этом под массой понимается «аудитория», которая не тождественна категории «масса», понимаемой как численно большая совокупность индивидов Отличительной характеристикой аудитории от «массы» является наличие системы отношений по поводу взаимодействия со средствами массовой коммуникации Она

представляет собой не механическую совокупность множества индивидов, а, скорее, совокупность социальных ролей и статусов

Такой взгляд позволяет выявить и проанализировать такую тенденцию массово-коммуникационного процесса, как «демассификацию», формируемую маркетинговой компонентой и технико-технологическими изменениями распространения телесигнала. Производители медиапосланий ориентируются на поиск форм, которые удовлетворили бы интересам как можно большего количества людей, что значительно увеличит рейтинг программного продукта, и, следовательно, прибыль телеканала. Поскольку детские программы являются узкоспециализированными, то они вытесняются с экранов телевидения. Напротив, увеличивается количество информационных программ, а документальное кино, художественное вещание все больше подчиняются логике новостных нарративов. Унификация содержания приводит к тому, что один и тот же нарратив способен стать печатным бестселлером, телесериалом или кассовым фильмом, маркетинговым способом номинирования товаров массового потребления, компьютерных игр и т. д. Демассификация приводит к концентрации СМИ и их монополизации, что является угрозой существующим демократическим процедурам. Возросшее влияние рекламодателей на процесс производства медиапосланий и, в частности, новостей, приводит к тому, что из их содержания удаляются конфликтные стороны социально-политического контекста, способные вызвать нежелательные реакции аудитории. Эти обстоятельства придают телевизионным новостям определенный консерватизм и делают точку зрения медиапроизводителей более релевантной точке зрения политической власти.

В параграфе 1.2 «Система массовых коммуникаций» на основе системных представлений об обществе Т. Парсонса и Н. Лумана рассмотрен институт СМИ, его роль и место в обществе, в политическом процессе и во взаимодействии с другими институтами. В контексте социально-политических изменений традиционный взгляд на функционирование СМИ, основанный на

идеях структурного функционализма и теории систем Т Парсонса, не позволяет релевантно объяснить и проанализировать специфику современных массово-коммуникационных процессов и взаимодействий. Несмотря на то, что системный метод предлагает изучать общество в виде стабильной социальной структуры, в которой человек, подсистемы руководствуются жестко заданными образцами поведения, устанавливаемыми социумом, он исключает из рассмотрения индивидуального человека, обладающего своим выбором и личной позицией.

Между тем изменения в современном мире локализованы не только на уровне структур и подсистем, они атомизированы и могут не улавливаться универсальной теоретической перспективой. Анализ механизмов производства медиапосланий возможен только как анализ деятельности структур и подсистем общества в *человеческом измерении*, что неизбежно приводит к методологии микро-макро объяснения. Индивид не только знает о существовании структур и подсистем, но и посредством собственных действий, интеракций и коммуникации включен в структуры и системные образования более общего порядка. При этом индивид и общество рассматриваются как взаимообразующие области, связанные различными процессами обратной связи. В предложенной Н. Луманом «теории систем» именно коммуникация является единственной общественной структурообразующей единицей, обладающей еще и внутренней структурой, и «определяющим типом наблюдения мира». Следуя логике системного анализа Н. Лумана, автором диссертации в качестве системных референций были выбраны «медиа» и «политика». В отличие от Т. Парсонса, Н. Луман утверждает, что общество нельзя представить в виде системы, стремящейся к равновесию. Поэтому реальная практика взаимодействия СМК и политики выходит далеко за рамки линейных схем и обнаруживается в «скрытых» и неявных точках их соприкосновения, для тематизации которых необходимо подвергнуть анализу механизмы производства символических значений. Дифференцированные социальные системы образуются благодаря

исключительно коммуникации, а их подсистемы находятся в постоянном коммуникативном взаимодействии. Таким же образом осуществляется и межсистемное взаимодействие. Властные функции политических институтов проявляют себя только в процессе коммуникации.

Производство медиапосланий – непрерывный рефлексивный процесс, в котором легитимная политическая власть вынуждена принимать участие на общих основаниях с другими легитимными акторами. Код власти и код медиа вынужденно конвенционализируются, поскольку код производит внутрисистемные сопряжения, как предпосылки дальнейших операций. Поэтому функции подсистемы СМК не сводимы к функции посредника. Сама их природа, в основе которой лежат символические генерализированные коды, определяет неоднозначность и множественность вариантов формализации, где сквозь призму преломляются импульсы, посылаемые другими системами.

Речь идет о процессе конструирования медиареальности. Поскольку любая система испытывает каузальное влияние извне, то самореференция медиа не абсолютна. Их деятельность рефлексивна, а процесс производства медиапосланий подчиняется комплексной схеме на уровне селекции, в выборе типичных и эффективных механизмов и правил, а также в процессе восприятия. На каждом этапе реализации этой «схемы» формируется совокупность системных связей с другими институтами и подсистемами.

1.3 – «Интерпретивные, объяснительные и интегративные концепции анализа медиапроизводства». В этом параграфе, учитывая наличие сложных взаимосвязей СМК с другими социальными институтами, неоднозначность и многоплановость процесса производства медиапосланий, обосновывается необходимость использования широкого спектра теоретико-методологических конструктов, в рамках символического интеракционизма, социальной феноменологии, этнометодологии, объединительных концепций Э. Гидденса, П. Бурдьё, в которых эмпирически центр внимания сдвигается от анализа социальных и экономических структур к исследованию процессов

взаимодействия индивидов, способов и стратегий адаптации. Если для символического интеракционизма главное – анализ способов, с помощью которых индивиды конструируют социальные значения, то для феноменологии и этнометодологии важным представляется исследование микросоциального взаимодействия на уровне малых социальных групп. С этих точек зрения, деятельность производителей медиапосланий рассматривается как определенная шаблонная профессиональная форма конструирования реальности. Восприятие медиа понимается на фоне индивидуальных и коллективных жизненных историй, которые изображают текущие события и значения, понятные для всех. Воздействие медиа рассматривается в сочетании с другими влияниями.

Социальная феноменология включает в предметную плоскость исследований имманентные, априорные свойства медиа и наличные цели участников массово-коммуникационного процесса. Для этнометодологии характерна концентрация внимания на определенном аспекте взаимодействий между индивидами, а именно, на скрытых и явных правилах, которые профессионалы используют для того, чтобы осмыслить свое окружение или опыт. С позиций данного направления анализируется участие в конструировании события различного рода «паражурналистов», согласующих свои наличные цели с общей, разделяемой всеми установкой, которое представляется скорее как действие, чем как общее пересечение частично совпадающих установок. Использование данных теоретико-методологических подходов позволяет комплексно и всесторонне анализировать процесс производства теленовостей и механизмов конструирования социально-политической реальности.

Во второй главе «Массовая коммуникация в современном контексте» МК рассматривается как детерминированная деятельность

2.1 – «Метафора медиа как постмодернистское воображение».

Автор высказывает критическое отношение к постмодернистским попыткам наделять современные СМК не присущими им, сверхъестественными

свойствами. Отрыв от классических социальных теорий, строгого понятийного и категориального ряда социологической науки приводит к демонизации и мифологизации роли медиа в обществе. Вместе с тем, постмодернистские исследователи сделали ряд верных наблюдений, касающихся усиления символического в социальном пространстве и в политике. В этом символическом континиуме СМК отнюдь не приобретают черты медиума, а становятся эффективным инструментом достижения политической элитой своих целей.

В параграфе 2. 2 – «Массовая коммуникация в контексте социально-политических изменений» – прослеживается изменение теоретико-методологических подходов к анализу роли СМК в политике и в обществе в целом. Изначально в категориях классического эволюционизма формируется взгляд на медиа в контексте социальных изменений, согласно которому медиа и общество, постоянно взаимодействуя, влияют друг на друга. На этом основании формулируются функции медиа в обществе и в политике, критерии их эффективности, полезности, объективности. Однако позже, в особенности с появлением «системной» теории Н. Лумана, в среде социологов все чаще звучат утверждения о том, что отдельные социальные институты обладают определенной степенью автономности. В нынешней исторической системе коммуникация приобретает не только более важную, но подчас и доминирующую роль.

Дальнейшее развитие тезиса о конструировании реальности получает в параграфе 2. 3 – **«Медиа и конструирование реальности»**. Позитивистский принцип «объективности» и «отражения» был подвергнут критике представителями различных методологических направлений в социологии. Марксисты, неомарксисты, представители феминизма, школы культурных исследований и другие, применяя различные объяснительные процедуры, приходили к одному выводу – принцип «объективного отражения» приводит к легитимации доминирующей роли (буржуазии, идеологии, маскулинности и т.д.). Лишь феноменологам удалось обосновать ошибочность метафоры

«зеркало реальности» и сформулировать тезис о том, что медиа конструируют особую медиареальность. В процессе социально-политического конструирования медиа создают определенный тип реальности, имеющей онтологический статус, обладающей собственным когнитивным стилем, где существует сфера независимой от личности предметности. СМИ конструируют медиареальность, обладающую не только своим когнитивным стилем, но и структурой, типизациями и опривыченными ожиданиями. Медиареальность представляется как символическое пространство, где утверждаются иерархии. Такие понятия, как «телевизионный формат», «телевизионное время», являются физическими характеристиками медиареальности. Рассматривая процесс конструирования медиареальности, автор обращает внимание на значимую роль субъектов политики, реализующих свои социально-политические практики, наличные цели других участников процесса медиапроизводства, на рефлексивность восприятия медиаконтента аудиторией.

Третья глава «Телевизионные новости как медиаформа» посвящена анализу телевизионных новостей. Суть этого явления, его значение в современной политической и социальной практике можно релевантно понять только в случае проведения ретроспективного анализа. В параграфе 3.1 – **«Происхождение новостной медиаформы: ретроспективный анализ»** – доказывается, что новости появляются в социальной практике под воздействием политических, экономических, социокультурных и других факторов. Если для традиционного общества главными формами символической коммуникации являлись миф, сплетня, слух, то в модернизируемом обществе резко возрастает скорость коммуникационных обменов, потребность в прагматической информации. Массовизация общества, рекрутирование в политику больших народных масс обеспечили спрос на политическую информацию и, прежде всего, на сообщения о событиях в политической жизни. Победа в конкурентной политической борьбе обеспечивалась скоростью реакции на события и способностью элит в

кратчайшие формировать ряды своих сторонников. В этом контексте новости приобретают важнейшее значение в пропагандистской деятельности. По мере дальнейшего развития демократического проекта и с появлением телевидения, новости становятся символическим инструментом политики, предоставляя индивиду опосредованный взгляд на мир, на основе которого он конструирует конечные области значений.

В параграфе 3.2 – «**Типология и процессуальные доминанты телевизионных новостей**» – телевизионные новости анализируются, как аудиовизуальный, текстовый нарратив, представляющий собой фактографический, аналитический и образный способы и форму организации медиасодержания, сконструированный в соответствии с технико-технологической спецификой канала трансляции и его корпоративной логикой. Сама постановка новостей в сетке вещания среди сериалов и «мыльных опер» диктует применение подобных нарративных стратегий. Новости наследуют сериальные черты еще и потому, что им достается аудитория от сериалов. Новостной нарратив развивается по схожей схеме – драматизм, конфликт, ориентация на развлекательность. Развлекательные и драматичные стратегии призваны «гуманизировать» содержание «холодного» содержания и перевести его содержание в стиль частной жизни. Телевидение трансформирует и частные события в публичные, придавая им эгалитарный статус, акцентируя внимание на драматизме действия и развлечении. Телевизионные новости, инкорпорированные в базовую повседневную реальность индивида, не должны разрушать ощущение реально происходящего и должны быть синхронизированы с его повседневностью. Между информативностью и развлечением иногда устанавливаются конкурентные отношения, как и в сериале, производители новостей вынуждены обеспечивать универсальное и доступное пониманию гетерогенной аудитории содержание.

Ориентация на драматизм, развлекательность, сериальность формирует определенный статус персонажей телевизионного репортажа, которых можно

разделить на несколько типов герои (нюсмейкеры), свидетели, эксперты, репортеры (в кадре) Функция новостных персонажей заключается в нивелировании различий между журналистским вымыслом и интерпретацией за счет персонификации и размещения в репортаже реальных голосов В новостном политическом событии включением в контекст репортажа конкретных персонажей достигается эффект трансформации политического конфликта (проблемы) в конфликт между индивидуальностями Для аудитории зачастую логика политических конфликтов оказывается утерянной, однако индивидуальная мотивация всегда ближе к пониманию

Производство, трансляция и восприятие новостей имеют процессуальный характер Процессуальность представляет собой движение, основанное на принципе многомерного восприятия мира из множества альтернатив Производителями новостей процессуальность рассматривается как часть рутины, стандартизированного процесса Аудитория воспринимает эту «непрерывность» как историю с незаконченным финалом, который каждый индивид «достраивает» сам, на основе собственного опыта Таким образом, понимание и действие являются доминантами процессуальности Поскольку, медиасообщения по своей природе intersубъективны, то они предоставляют возможность конструировать в своем сознании общезначимый жизненный опыт на основе интенций, возникающих в процессе просмотра и в результате пробужденной им рефлексии

3. 3. «Морфология телевизионной коммуникации и логика медиа».

Конструирование новостной формы представлено в параграфе как рутинизированный и технологизированный процесс Структурообразующими факторами в телевизионной морфологии являются знаковые, визуально-звуковые элементы Автор делает акцент на том, что медиаформа является не субъективным актом творчества, а результатом социально обусловленного процесса и испытывает воздействие технико-технологических факторов Кроме того, она содержит сумму объективаций, релевантных социальному запасу знаний индивида, в ней объективируется опыт, разделяемый теми, кто

относится к референтной группе Производителями достигается иллюзия реально происходящего, участником которого (пусть и опосредованно, путем включения собственного опыта) является потребитель теленовостей. Автором подчеркивается, что форма является не структурой в себе, а процессуальной структурой, благодаря которой совершается социальное действие. Эта форма конструируется посредством техник и технологий, при этом преследуется логика – быстро и низкой ценой достичь и удержать внимание потребителя. Для того, чтобы содержание было релевантно воспринято аудиторией, медиапослание должно производить иллюзию актуального и точно интерпретированного реального явления. Его семантика и синтаксис должны быть синхронизированы с опытом индивида и в общих чертах повторять и воспроизводить реальную историю. При конструировании телевизионной интерпретации этого можно достичь, только применив определенные процедуры и способы – *формат, ритм, грамматику показа*. Все это и составляет медиалогику, с помощью которой организационные особенности включаются в перспективу и в повседневную деятельность людей, воспринимаются ими как не требующие доказательств, по сути, как сама реальность. В более широком смысле медиалогики формирует специфические стандарты. Она не только является способом организации содержания, но и способна диктовать изменения организационных форматов деятельности политиков. Для того чтобы быть «замеченными» телевидением, политики вынуждены следовать медиалогике. Это обстоятельство отнюдь не подтверждает тезис о медиатизации политики. Субъекты политики научились использовать форматы и логику медиа в качестве современных инструментов для достижения своих целей. Медиа не формируют содержание политики, как это утверждают постмодернисты. Основываясь на теории Н. Лумана о коммуникации, как автономной, аутопойэтической системе, оправданным было бы считать, что социальные иерархии являются коммуникационными иерархиями, поэтому логика медиа формирует лишь формы и жанры в репертуаре политических голосов, но не содержание политического процесса.

Четвертая глава – «Телевизионные новости в политической практике» – посвящена анализу того, как медиаформа – телевизионные новости – участвуют в политике, с помощью каких механизмов, социальных, профессиональных практик она конструируется, в каких отношениях она находится с другими участниками политического процесса, какое влияние на него оказывает

В параграфе 4 1 – **«Механизмы конструирования политического события»** – рассматриваются рутинные, профессиональные механизмы конструирования новостного события. Основным является ответ на вопрос, как событие становится телевизионной новостью. Язык описания трансформации события в статус телевизионной новости в координатах ценностей, норм и функций не позволяет объяснить процесс производства медиaposланий. Необходим анализ имманентных свойств медиа, профессиональной традиции, комплекса факторов (экономических, политических, идеологических и др.), определяющих условия функционирования СМК. Экономические факторы влияют на скорость, оперативность, семантику отбора событий. Новость – это товар, который должен выиграть в конкурентной борьбе. Этим во многом объясняется ориентация производителей теленовостей на сенсационность и эпатаж. Техничко-технологические факторы диктуют правила наличия ресурсов для тематизации событий. Формат (формирующийся под влиянием технической специфики телевидения) задает временные ограничения, которые сказываются на семантике медиаформ.

Техничко-технологическая компонента производства телевизионных новостей реализуется в наличных целях производителей, что субъективно влияет на характер конструируемой медиареальности. Требование оперативности, конвейерное производство заставляют профессионалов осваивать и использовать опривыченные, хабиутализированные практики. Конвейерное производство (выпуск новостей при любых обстоятельствах должен выйти в эфире в установленное сеткой вещания время) заставляет

производителей использовать определенную матрицу, согласно которой события отбираются к показу

Интернальные свойства медиа сказываются и на специфике конструирования политического медиасобытия. Ориентация на развлекательность, драматизм, персонификацию, атрибуцию к повседневности индивида заставляют производителей фрагментировать политическое событие в его медиаверсии, делать акцент не на содержательном аспекте речи героев, а на ее эмоциональности

Политики в курсе этой практики, поэтому сами создают «информационные» поводы, соответствующие матричному принципу, для того, чтобы быть «услышанными» репортерами. Это привносит в политические практики элементы шоу, искусственности, популизма, скандальности. Большинство публичных политических событий являются изначально медиасобытиями, поскольку их организаторы ориентируются на профессиональные традиции, форматы, матричные условия и логику медиа

4 2 – **«Корпоративно-организационные особенности конструирования медиареальности».** В данном параграфе рассматриваются механизмы влияния корпорации на особенности конструирования медиасобытий. Несмотря на то, что каждый сюжет персонифицирован, маркирован именем оператора и репортера, его тематизация в эфире зависит от значительного количества корпоративных факторов. *К числу таких факторов относятся политика корпорации, организационная структура, режим работы, иерархические отношения внутри организации, характер и специфика ее отношений с местными политическими элитами.* Репортеры являются носителями индивидуальной системы ценностей и идеологий, что отражается на их профессиональной деятельности. Корпорация нивелирует индивидуальные репрезентации и подчиняет этические и профессиональные нормы своим оперативным правилам. Она действует в рамках достижения эффективности – экономической, политического статуса и влияния. В этом смысле телевизионные новости представляют собой не череду событий для

плакатного представления аудитории, а материал, который в результате рефлексии становится частью повседневности индивида, в результате чего стирается грань между внешней презентацией и медиареальностью. Это обстоятельство вынуждает производителей щадить когнитивные ресурсы аудитории и учитывать на «втором» плане точку зрения зрителя. Навязывание своей версии события способно оттолкнуть зрителя и вызвать у него протест и недоверие, что, несомненно, скажется на рейтингах корпорации и приведет к экономическим потерям.

Корпоративно-организационные особенности производства новостей свидетельствуют о коллективном характере их производства. Однако только «внутренней» логикой корпорации этот процесс не исчерпывается.

В параграфе 4.3 – **«Производство телевизионного коммуникативного события как механизм реализации ролевых практик субъектов политического процесса»** – производство медиaposланий представлено как результат конвенционализации различных социально-политических практик. Коммуникативное событие само является формой социальной практики, а его содержание – презентацией других социальных практик. Существуют группы влияния, которые участвуют в конструировании медиасобытия. Это – государственные органы, политические партии, профсоюзы, пресс-службы крупных коммерческих структур, и т.д. Каждый из субъектов политики располагает собственными наличными целями, которые они пытаются реализовать посредством СМК. Однако далеко не все из них обладают необходимым властным или экономическим ресурсом, чтобы конвертировать его в прямой доступ к медиаресурсам. Так, например, региональная власть имеет больше всего шансов быть представленной в новостных репортажах, чем НКО или оппозиционные политические структуры. Кажущееся многообразие источников получения информации ограничивается профессиональным сообществом по критерию его легитимности и статуса. Организации, которые не воспринимаются как легитимные или менее статусные вызывают недоверие у профессионального

сообщества С другой стороны, современные СМК служат механизмом интеграции независимых общественных организаций, которые, в отличие от традиционных политических партий, лишены серьезной экономической базы и организационной структуры Благодаря СМК в последние годы они стали играть заметную роль в политической жизни общества Знание форматов и логики медиа используется ими для привлечения внимания СМК Это обстоятельство позволяет констатировать наличие тенденции – современные СМК являются пространством для конкуренции самых противоречивых взглядов Существующая конкуренция между самими СМК в значительной степени обеспечивает конвенциональность и, как результат, – соблюдение плюралистических норм и свободы слова Однако это возможно только при отсутствии внешнего давления на СМК

В последние годы формируется принципиально новый для современной России тип отношений власти и СМК – клиентский Эта ситуация не вызывает протеста в профессиональном сообществе, что доказывается исследованиями, проведенными автором диссертационной работы

Параграф 4 4 – «Дискурсные практики конструирования новостного репортажа». Дискурсивная практика конструирования новостного репортажа включает в себя процессы производства, распространения и потребления Представляя из себя социально-политическую практику, дискурс теленовостей обладает тремя определенными характеристиками тематическая область, социальное положение и продвижение интересов определенной группы Функция дискурса – не только в производстве и чтении текстов, но также в производстве значения социального опыта При этом на каждой из стадий производства новостного дискурса каждый из субъектов привносит свой социальный опыт Эти «опыты» конвенциализируются в итоговом варианте медиаформы, нивелируются, устраняются конфликты и противоречия Таким образом, СМК синхронизируют в общем репертуаре голоса различных политических субъектов на основе нормативности, профессиональных правил

и техник, общепринятых демократических, этических норм Это означает, что существует диалектическая связь между дискурсом и социально-политической структурой С одной стороны, дискурс формируется и ограничивается структурой С другой стороны, дискурс является социально конструктивным Он способствует конструированию направлений социальной структуры, которые прямо или косвенно формируют или ограничивают его Дискурсный анализ подтверждает гипотезу о том, что телерепортаж в меньшей степени является субъективным актом творчества отдельного репортера Вслед за правилами корпорации, форматами, диктуемыми технико-технологической компонентой, медиаформа испытывает влияние различных субъектов политики на разных стадиях производства Эти субъекты реализуют наличные цели посредством интеграции собственных, присущих именно им форм дискурса В итоге получается, что медиапродукт – это результат процесса реализации ролевых практик совокупности агентов политики Как правило, героями политических событий является ограниченное число персон, которые имеют привилегированный доступ к медиа из-за своего высокого статуса, из-за сложившегося «сценического» образа Радикальные голоса нивелируются мнением «экспертов», «героев» или «свидетелей» Конвенциональный характер производства телерепортажа позволяет нейтрализовать радикальные голоса за счет особенностей новостного дискурса, к которым относится диалогизация, опосредуемая моделью интеракции между медиа и аудиторией, устраняющей противоречия между публичной природой медиапроизводства и частной природой потребления Этим объясняется движение в сторону использования разговорных форм, максимально приближенных к личному опыту потребителя Разговорность добавляет новостному репортажу не только элемент достоверности, но и способствует укреплению в медиапроизводстве повествовательных форм в виде историй вместо коротких фактов-новостей Экономический фактор побуждает производителей новостей не только наделять свой «товар» потребительскими свойствами, но и обеспечивать его

релевантную «транспортровку», создавая, таким образом, постоянный рынок сбыта. Это заставляет производителей трансформировать дискурс новостей в разговорные практики. Любое политическое событие синхронизируется таким образом с повседневным опытом индивидов.

В параграфе 4.5 – «**Медиапроизводство как рефлексивный процесс**» – анализируется проблема гармонизации процесса политической коммуникации, устранения конфликтов, способов достижения демократических правил в массово-коммуникационных процессах. Считается, что ответственность за нарушение демократических норм несут репортеры и медиакорпорации. На самом деле ценностно-ориентированная деятельность медиасообщества формируется под воздействием многих факторов, в том числе под воздействием внешней среды – социальных, культурных, политических и даже технологических факторов. Кроме того, производство телевизионных новостей – коллективная деятельность, в которой инкорпорируются практики других субъектов политического поля, с их ценностями, этическими установками, корпоративными целями, которые нередко идут вразрез с существующими представлениями об этических нормах журналистики. Поэтому атрибуция ответственности к репортерам, попытки решить этические проблемы призывами к соблюдению неких этических кодексов беспомощны и бесперспективны. На самом деле, рефлексия над профессиональной традицией является адаптационным механизмом, конвенционализирующим ролевые практики, функционирование институтов и субъектов политического процесса, в контексте социально-политических изменений. Так, например, жанр интервью является результатом рефлексивного процесса, когда политик и репортер достигают обоюдного согласия по поводу распространяемой информации. Он сложился исторически и является ответом на конфликтные ситуации, средством атрибуции ответственности от репортера к ньюсмейкеру. Это стало возможным в результате политических изменений, когда политика стала приобретать публичный характер, политики стали нуждаться в прямом и

непосредственном контакте с избирателями, исключая возможность интерпретации репортерами их взглядов и точек зрения

Журналистское сообщество в процессе профессиональной рефлексии вырабатывает корпоративные нормы и правила под воздействием внешних факторов, в том числе и под влиянием других голосов политического репертуара. Считается, что маркетинговая компонента производства медиапосланий, в погоне за прибылью, побуждает репортеров и медиакорпорации нарушать этические нормы. Но она же заставляет корпоративное сообщество в какой-то степени синхронизировать свои «технологии» с общественным интересом, иначе продукт, потерявший признаки «объективности», вызовет возмущение аудитории и, как следствие, приведет к потере рейтингов. Это обстоятельство доказывает тезис о том, что аудитория имеет влияние на конструирование медиапродукта.

Рефлексия над профессиональной традицией приводит к формированию этоса профессии – совокупности не только норм и правил, но и процессуальных коллективных действий, всех субъектов, причастных к конструированию медиаформ.

В «Заключении» делаются выводы о том, что механизмы социально-политического конструирования медиареальности представляют собой совокупность медийных, социально-политических практик и технико-технологических условий производства медиапосланий, посредством которых реально произошедшее событие становится медиасобытием. Вопреки традиционным представлениям о долге перед обществом, медиа руководствуются прагматичными соображениями.

Технико-технологические свойства телевидения, как канала, в значительной мере оказывают влияние на формирование с помощью формата, «стиля показа», маркируя новости как краткие по времени, фрагментарные и поверхностные в изложении события.

Специфика телевидения как бизнеса побуждает медиапроизводителей завершать выпуски теленовостей в сетку вещания таким образом, чтобы

они были обеспечены аудиторией предшествующих программ – телесериалов. Это обстоятельство предъявляет к телевизионным новостям маркетинговые требования и определяет семантику показа, наделяя политическое медиасобытие чертами развлекательности и драматизма.

Этот комплекс механизмов составляет совокупность рутинных, шаблонных практик, формирующих логику медиа.

Медиареальность, конструируемая медиа, презентует массовой аудитории опосредованное представление о политике. Будучи замкнутой, автономная операциональная система медиа не ставит перед собой задачу достижения эффектов в интересах тех или иных политических элит, кроме достижения прибыли и утверждения собственного статуса. Этот процесс протекает под влиянием медиаформатов, ориентирующихся на развлекательность и драматизм и по природе своей не способных формулировать альтернативы и обеспечивать их обсуждение. Политическое событие фрагментируется производителями новостей в соответствии с форматом, поэтому в репортаже остаются наиболее драматичные моменты, пусть и лишенные рационального содержания.

Специфика просмотра телевизионных новостей, предполагающая редукцию опыта «смотрящего» к опыту «показывающего» предполагает использование соответствующих дискурсных механизмов, когда частное событие переводится в статус общественного и наоборот.

Влияние медиалогики на социально-политические изменения неоспоримо, но не лишает политическую деятельность рациональности и целеполагания. Политические акторы, осведомленные о значительном влиянии телевизионных новостей на общественное мнение, научились использовать медиалогику для достижения своих целей, чему в диссертации уделено немало внимания. Механизмы, с помощью которых политические ньюсмейкеры артикулируют события таким образом, чтобы они были замечены производителями новостей и стали частью повестки дня, широко применяются в политических технологиях. Можно констатировать, что

формы политического процесса перестраиваются в соответствии с новостными форматами. Политические институты организуют деятельность согласно медиалогике и ожиданиям аудитории, разделяющей ее. Ориентация на медиа вносит существенные коррективы в организацию политических кампаний и рутинного политического процесса.

Это совсем не означает, что политическая элита перестала предпринимать попытки установления контроля над деятельностью медиа. Однако формы такого вмешательства завуалированы и реализуются в иерархическом и многоуровневом процессе медиапроизводства. Учитывая конвенциональный характер медиапроизводства, политическая элита вынуждена подключаться к общему репертуару голосов, принимающих в нем участие.

Именно конвенциональность медиапроизводства является в настоящее время своего рода инструментом сохранения демократического порядка. При этом доступ к медиа имеют только легитимные акторы, сам процесс их легитимации зависит от умения политических акторов экстраполировать в свою политическую практику логику медиа.

Ради сохранения демократических процедур медиапроизводители инкорпорируют в репертуар голоса различных легитимных политических акторов. Таким образом, коммуникативное событие является формой социально-политической практики, а его содержание – презентацией других социальных практик. Телевизионные новости, в связи с этим, представляются как ежедневный результат взаимодействия между журналистами и «паражурналистами». Одно только это обстоятельство снимает с медиасообщества обвинения в медиаимпериализме и корпоративном эгоизме.

Конвенционализируя отношения между легитимными группами влияния, современные медиа признаются инструментом сохранения демократических процедур. Однако для России, где отношения между медиа и властью отличаются жесткой нормативностью, такие отношения можно определить как клиентские. Против этого типа связей не возражают сами журналисты, конвертирующие свою лояльность в материальные привилегии.

Социально-политический контекст обнаруживается и в конечном продукте – телевизионном репортаже. Новостной дискурс является результатом конвенционально-иерархического характера производства медиапосланий и сам по себе является формой социально-политической практики. Это принципиальное отличие понимания дискурса, как социального акта, от лингвистического, редуцируемого к тексту, как продукту культурной среды, закреплено и получило логическое объяснение в диссертационном исследовании.

Дискурс телевизионных новостей наглядно демонстрирует существование диалектической связи между дискурсом и социальной, политической структурой. С одной стороны, дискурс формируется и ограничивается социально-политической структурой в самом широком смысле и на всех уровнях, с другой стороны, дискурс является социально конструктивным. Он способствует конструированию социальной структуры, социальных отношений, форм презентации политики.

Таким образом, анализируя механизмы социально-политического конструирования, автор доказывает, что существует несколько уровней такого конструирования: уровень селекции, трансформации события в соответствии с логикой медиа, конвенциализирующей различные голоса и социально-политические практики, уровень «интродуктивный», когда уже медийная практика, медиаформаты формируют во внешней среде различные типы и формы социально-политических отношений.

Рефлексия над профессиональной традицией – исторически обусловленный процесс, он зависит от характера политических отношений в конкретном обществе. Значительную роль играет и экономическая детерминанта: медиасообщество вынуждено устанавливать правила профессионального поведения в зависимости от требований общественного мнения, носители которого являются основными потребителями медиапродукции.

**Основные положения диссертационного исследования отражены в
следующих публикациях (объемом 28, 4 печ. листа):**

Монографии:

1 Антонов, К А Телевизионные новости в массово-коммуникационном процессе социологический анализ механизмов социально-политического конструирования / К А Антонов – Кемерово ООО «Фирма Полиграф», 2006 – 17 п л

Учебные пособия:

2 Антонов, К А Конструирование телевизионного события / К А Антонов – Кемерово ООО «Фирма Полиграф», 2004 – 4,6 п л

Статьи в журналах списка ВАК:

3 Антонов, К А Производство региональных теленовостей оценки профессионалов / К А Антонов // Социология власти – 2007 – № 6 0,5 п л

4 Антонов, К А Массовая коммуникация и теория систем Н Лумана / К А Антонов // Философия образования – 2007 – № 3 0,5 п л

5 Антонов, К А Возможности этнографического анализа производства телевизионных новостей / К А Антонов // Журнал социологии и социальной антропологии – 2008 – Т XI – № 2 0,5 п л

6 Антонов, К А Массовая коммуникация и демассификация медиа / К А Антонов // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств – 2008 – № 6 0,4 п л

7 Антонов, К А Телевизионные новости Механизмы конструирования реальности / К А Антонов // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств – 2009 – № 1 0,4 п л

8 Антонов, К А Социологическая экспертиза взаимодействия органов региональной власти и СМК/ К А Антонов // Философия образования – 2009 – № 2 0,5 п л

9 Антонов, К А Как устанавливается повестка дня региональными СМК / К А Антонов // Регионология – 2009 – № 4 0,4 п л

Статьи в научных сборниках:

10 Антонов К А Комплексное моделирования районной газеты к проблеме внедрения /Пресса региона Томск ТГУ, Центр повышения квалификации журналистских кадров – 1991 0,5 п л

11 Антонов, К А Тенденции функционирования многотиражных газет методы оптимизации издания / К А Антонов // Проблемы литературных жанров материалы 7-й науч межвуз конф 4-7 мая 1992 – Томск Изд-во ТГУ 0,2 п л

12 Антонов, К А Влияние регионального фактора на процессы специализации СМИ / К А Антонов // Журналистика в переходный период тез Международ практич конф Ч 2 – М Изд-во МГУ, 1997 0,2 п л

13 Антонов, К А Журналист как субъективный фактор формирования телевизионных новостей / К А Антонов // Российские региональные СМИ Информационный потенциал и коммуникативные технологии материалы респ науч-практич конф – Омск Изд-во Омского госуниверситета, 2000 0,5 п л

14 Антонов, К А Монополизация региональных СМИ / К А Антонов // Вестник КемГУ Сер «Журналистика» – Вып № 3 (11) – Кемерово Изд-во Кемеровского госуниверситета, 2002 0,6 п л

15 Антонов, К А Конвертация медиа-власти в политический ресурс/ К А Антонов // Факультетские исследования – Вып 1 Региональная власть и политика / отв ред д с н, проф Шпак Л Л – Кемерово, 2004 0,2 п л

16 Антонов, К А Региональные медиа и агенты влияния / К А Антонов // Факультетские исследования – Вып 1 Региональная власть и политика / отв ред д с н, проф Шпак Л Л – Кемерово, 2004 0,2 п л

17 Антонов, К А Социальная роль телевизионных новостей / К А Антонов // Факультетские исследования – Вып 1 Региональная власть и политика / отв ред д с н, проф Шпак Л Л – Кемерово, 2004 0,3 п л

18 Антонов, К А Телевизионные новости как форма вещания / К А Антонов // Журналистика в 2004 году СМИ в многополярном мире

материалы науч -практич конф 2-5 февр 2005 – Ч 2 – М Изд-во МГУ, 2005 0,4 п л

19 Антонов, К А Массовая коммуникация как тип объект-субъектных отношений / К А Антонов // Журналистика в 2005 году Трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве материалы научно-практич конф 3-5 февр 2006 г – М Изд-во МГУ, 2006 0,4 п л

20 Антонов К А О предмете социологии массовой коммуникации// К А Антонов Регион власть, политика и местное развитие Факультетские исследования Вып 3 / отв ред д с н , проф Шпак Л Л – Кемерово 2006 0,5 п л

21 Антонов, К А Медиалогика телевизионного репортажа / К А Антонов // Журналистика в поисках моделей развития сб статей и материалов Всеросс научно-практич конф Томск 10-11 октября 2005 г – Томск ФЖ ТГУ 2006 0,5 п л

Отпечатано в типографии
Новосибирского государственного
Технического университета
630092, г Новосибирск, пр К Маркса, 20,
тел /факс (383) 346-08-57
формат 60×84 1\16, объем 3 25 п л , тираж 100 экз
заказ № 386 подписано в печать 08 10 09 г