

Модуль № 2

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

Составитель: доцент Пустовойт Ю.А.

Научные и философские подходы к анализу массовой коммуникации

- **«процесс, в ходе которого сложно организованный институт посредством одного или более технических средств производит и передает общезначимые («public») послания, которые предназначены для большой, разнородной и рассеянной в пространстве аудитории».**
- Цит. по: *Дьякова Е.Г.* Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: Анализ основных теоретических подходов / Е.Г. Дьякова, А.Д. Трахтенберг. – Екатеринбург: УрО РАН, 1999. – С. 9. Первоисточник: *Dominick J.R.* The Dynamics of Mass Communication. 3 ed. - N.Y., 1990. -P. 15-16.

Научные и философские подходы к анализу массовой коммуникации

- Позитивистски-ориентированные подходы, доминировавшие до 1970-х годов, ориентируются на естественно-научный идеал и рассматривают **массовую коммуникацию как процесс передачи (трансмиссию) информации большим рассредоточенным аудиториям. Производство информации институтами массмедиа фактически представляет собой отражение в медийных текстах внешней объективной реальности.** Именно поэтому становится возможным постановка вопроса о том, насколько объективно журналисты описывают происходящее и, как следствие, насколько мощной манипулятивной силой в случае искажения этой внешней реальности это профессиональное сообщество обладает.

Научные и философские подходы к анализу массовой коммуникации

- Символически-ориентированные подходы к анализу массовой коммуникации, **ориентируются на конструктивистские принципы гуманитарных наук и рассматривают данное явление как символический процесс конструирования реальности.** В рамках этих подходов происходит отказ от идеи общего для отправителя и получателя медиа-посланий кода, сообщение массовой коммуникации понимается как закодированное не одним, а несколькими кодами, некоторые из которых относятся к компетенции адресата, сам адресат выступает как активная инстанция в общей коммуникативной цепи.

Научные и философские подходы к анализу массовой коммуникации

- Большинство определений массовой коммуникации, созданных до активной экспансии сетевых медиа, подчеркивают, что **АКТОРОМ** этой коммуникации является **не индивид, а институт**, сам коммуникативный процесс носит однонаправленный характер с отсроченной обратной связью, а потребитель информации – индивид является **НЕ атомизированным членом безликой массы, а членом различных социальных групп.**

Научные и философские подходы к анализу массовой коммуникации

- Активная экспансия новых сетевых медиа-технологий, предполагающих принцип интерактивности, заставляет пересмотреть характер обратной связи и саму коммуникативную цепочку «отправитель – сообщение – получатель». Обратная связь теперь может носить непосредственный характер, а участники коммуникации могут меняться своими коммуникативными ролями.

Научные и философские подходы к анализу массовой коммуникации

- Первыми собственно научными концепциями массовой коммуникации стали теории пропаганды, возникшие в начале XX века на основе идей бихевиоризма и фрейдизма. В этих теориях массовая аудитория рассматривалась как пассивная атомизированная среда, которая склонна к мощному воздействию со стороны масс-медиа. Эффекты воздействия в рамках этих теорий носили прямой и очень сильный характер (эффект «магической пули»).

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- Второй этап развития медиа-исследований определился доминированием структурного функционализма и пересмотром в его рамках представлений о массовой коммуникации. Структурные функционалисты стали рассматривать масс-медиа как одну из подсистем современных обществ, ориентированную на поддержание стабильности социальной системы в целом. Кроме того, произошел отказ от концепции «магической пули» и атомизированной массы как адресата медиа-посланий. Аудитория стала анализироваться сквозь призму концепции «лидеров мнения», а сам массово-коммуникативный процесс как многоступенчатая цепочка.

Научные и философские подходы к анализу массовой коммуникации

- Исходя из вышесказанного, мы можем классифицировать теории медиа с точки зрения методологии (инструментария), с которой их представители подходят к изучению тех или иных феноменов. Исторически существовали преимущественно три основных взгляда на деятельность медиа и анализ явлений, с ними связанных:
 - социальные теории медиа;
 - философские теории медиа;
 - лингвистические теории медиа
- Первый в приведенном перечне подход – *социальные теории медиа* – зарождался в недрах американских социальных наук в 1930–1940-х годах, когда в процессе развития социологии как науки некоторые ученые (среди них У Липпман (1889–1974), Г. Лассуэлл (1902–1978) и др.) обратили внимание на ту коммуникативную роль, которую медиа играют в общественных отношениях.
- Второе обозначенное в перечне направление – *философские теории медиа* – зарождалось в середине XX в., отчасти как реакция на рационалистическое видение социологоцентричного подхода, в недрах немецкой критической философии и философии искусств (Франкфуртская школа).
- Третье из обозначенных в перечне направлений изучения медиа – *лингвистические теории медиа* – зарождается в начале XX в. и связано с появлением такой науки, как семиотика (или семиология), то есть наука о значениях и знаках в целом. Идея, предполагающая конвенциональность (условность) знака, ложится впоследствии в основу широкого спектра работ в области изучения различных текстов (аудиовизуальных, рекламных, поэтических) у таких авторов, как Ролан Барт (1915–1980), Цветан Тодоров, Умберто Эко (1932–2016).

Научные и философские подходы к анализу массовой коммуникации

- **Классификация основных теорий с точки зрения объектов исследования**
- Для начала определим объекты исследований в современных системах коммуникации. Чтобы это сделать, попробуем описать объекты на основе анализа общеизвестной, но часто критикуемой за отсутствие обратной связи и искусственное разделение объектов схемы Гарольда Лассуэлла, согласно которой коммуникация как процесс представляет собой ответ на пять вопросов: **КТО говорит ЧТО, используя КАКОЙ КАНАЛ, КОМУ и С КАКИМ ЭФФЕКТОМ. Исходя из этой модели, изучение коммуникаций подразделяется на следующие виды:**
 - исследования коммуникатора, то есть того, КТО распространяет информацию;
 - исследования содержания коммуникации, воплощающееся преимущественно в анализе разного рода текстов, включая аудиовизуальные (ЧТО);
 - исследования канала коммуникации (КАКОЙ КАНАЛ);
 - исследования аудитории коммуникации (КОМУ);
 - исследования эффектов коммуникации, то есть анализ результативности сообщений (С КАКИМ ЭФФЕКТОМ).
-

Научные и философские подходы к анализу массовой коммуникации

Классификация этих теорий по модели Г. Лассуэлла и с точки зрения масштабности объектов исследований приведена на рисунке.



Научные и философские подходы к анализу массовой коммуникации

- **Эмпирико-функционалистская группа изучения массовых коммуникаций**
 - бихевиоризм;
 - математическая теория информации;
 - индустриальный контекст
- Несмотря на безусловную эволюцию эмпирико-функционалистской группы теорий, мы в любом случае можем увидеть ряд общих факторов, характеризующих данную модель; прежде всего это ориентация на изучение эффектов и их познание. Иными словами, в основе эмпирико-функционалистской группы теорий лежит представление о познаваемости медиаэффектов, то есть о том, что это возможно сделать при помощи научного инструментария. При этом следует помнить, что вся эта группа теорий разделилась на **(1) теории пропагандистской силы** и **(2) теории ограниченных эффектов**
- Первая парадигма возникла раньше и сформировалась в недрах Гарвардского университета, где работал Г. Лассуэлл, а вторая – в недрах Колумбийского университета, где возглавлял работы П. Лазарсфельд.

Научные и философские подходы к анализу массовой коммуникации

- Основоположником теории общественного мнения был Уолтер Липпман, профессор Йельского университета, предложивший специфическое видение коммуникативного процесса и концептуализировавший роль коммуникации в общественной жизни. С точки зрения Липпмана, большая часть наших представлений о мире сформированы при помощи массмедиа, а отнюдь не нашими непосредственными опытом и коммуникациями. **Массмедиа, с этой точки зрения, занимаются производством обобщенных смыслов, стереотипов, разделяемых обществом значений явлений.** Именно такие обобщенные значения впрыскиваются массмедиа в сознание людей (и здесь нетрудно усмотреть связь с моделью прямого воздействия: чистый бихевиоризм и постулирование роли медиа в навязывании суждений) и становятся коллективным общественным мнением. См. подробнее: [Липпман, 2004].
- В этой парадигме представители Колумбийской школы сначала доказали, что медиа менее **эффективны в изменении существующих убеждений, чем в их изначальной установке** (Й. Клаппер), а затем установили, что **медиа действуют на индивидов не напрямую, а через лидеров мнений** (теория двухступенчатого информационного потока Лазарсфельда).
- Позднее Элиху Кац показал, что **медиа конкурируют с другими каналами коммуникации в удовлетворении человеческих потребностей и при этом являются отнюдь не главными для удовлетворения информационных потребностей** людей. Наконец, **Максвелл Маккомбс и Дональд Шоу**, которых не принято относить к Колумбийской школе, хотя они вписываются в нее, предлагают теорию установления повестки дня. Согласно этой теории, медиа не навязывают людям точные идеи и идеологемы, но в некотором роде определяют значимость и приоритетность событий, выстраиваемых в социальном воображении.
-

Научные и философские подходы к анализу массовой коммуникации

- Своего рода альтернативой структурному функционализму выступил неомарксизм. В его рамках произошел отказ от экономического детерминизма, а фокус анализа был смещен в сферу культуры и идеологии.

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации



Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

Удерживаются следующие положения:

объективный характер общественных отношений;

несводимость социально-структурных факторов общественной жизни к психологическим;

невыводимость социальных связей и закономерностей из связей культурных (будь то религия, традиция или «ментальность»).

Пересматриваются следующие положения классического марксизма:

понимание объективных («материальных») отношений как исключительно экономических («производственных»);

интерпретация отношений по поводу производства материальных благ, с одной стороны, и политическими и идеологическими структурами, с другой, как отношений каузального (причинного) типа («базиса» и «надстройки»);

представление о классовых различиях как различиях, определяемых исключительно доступом к средствам производства

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- **Первое направление** связано с анализом института масс-медиа как механизма трансляции идеологических смыслов, роли массовой коммуникации в процессе легитимации отношений доминирования в обществе. **Второе направление** неомарксистских штудий ориентируется на политэкономическую реконструкцию медиа-индустрии в системе современного капитализма.
- Для классического марксизма мир культуры, политики и идеологии традиционно относился к сфере «надстройки» и был детерминирован «базисом», т.е. сферой экономики. Сохраняя различие этих двух сфер, неомарксисты XX века начинают постепенно смещать акценты в анализе механизмов поддержания неравенства и господства в современном обществе. Как пишет историк и социолог П. Андерсон, «**в результате западный марксизм в целом, когда дело касалось не метода, а содержания, всецело сосредоточился на изучении надстройки... Иными словами, типичными объектами изучения для западных марксистов были не государство и не закон – в фокусе их исследований оказалась культура**»

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- **Антонио Грамши: гегемония и «органические интеллектуалы».**
- **Антонио Грамши** (1891-1937) был выдающимся теоретиком неомарксизма первой половины XX века и одним из основателей и лидеров Итальянской коммунистической партии. Свой основной и самый знаменитый труд – «Тюремные тетради» он написал с 1929 по 1935 г. в заключении, в котором оказался с приходом к власти итальянских фашистов. Эта работа была опубликована только после смерти автора в 1948-51 годах
- *«Антонио Грамши приберегал обозначение «органические» для тех интеллектуалов, которые озвучивали мировоззрение, интересы, интенции и исторически детерминированный потенциал какого-либо конкретного класса; для тех, кто разрабатывал систему ценностей, которые необходимо пропагандировать для того, чтобы этот потенциал раскрылся полностью; тех, кто легитимировал роль данного класса в истории, то есть его притязания на власть и на управление процессом общественного развития в духе вышеупомянутых ценностей. В результате подобных озвучивания, разработок и легитимации возникали идеологии. Их производством, дискурсивным обоснованием и распространением занимались органические интеллектуалы; данный род деятельности предопределял специфическую практику (praxis) интеллектуалов, а одновременно и их функцию в работе по воспроизводству общественного устройства».*
- **Бауман З. Законодатели и толкователи: Культура как идеология интеллектуалов. Часть I // Неприкосновенный запас: Дебаты о политике и культуре. – 200х. – № X. – С. XX.**

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

Критическая теория Франкфуртской школы.

Одним из центров западной социологической и политической мысли, который на протяжении многих лет воздействовал на развитие интеллектуальной атмосферы Европы и, отчасти, Нового света, была, безусловно, так называемая **Франкфуртская школа** неомарксизма. Это направление в западном марксизме возникло вокруг основанного 23 февраля 1923 г. при Франкфуртском университете Института социальных исследований.

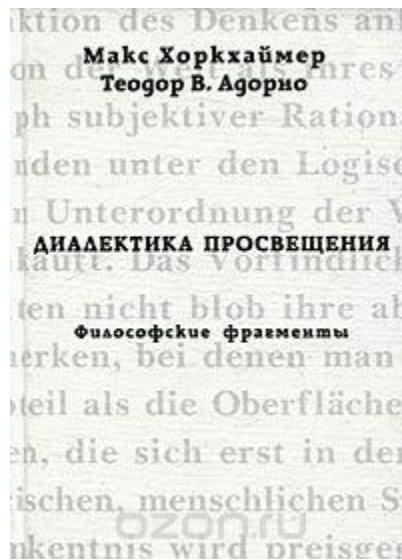
В 1931 г. Институт возглавил **Макс Хоркхаймер** (1895-1973) – один из лидеров этого движения. Кроме него с Франкфуртской школой непосредственно связано творчество **Теодора Визенгрунда-Адорно** (1903-1969), **Герберта Маркузе** (1898-1979), **Эриха Фромма** (1900-1980), **Вальтера Бенямина** (1892-1940) и других марксистски ориентированных европейских интеллектуалов

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации



Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

Важнейшим трудом, ставшим своеобразным теоретическим манифестом этого течения, является вышедшая в 1947 году книга Хоркхаймера и Адорно «**Диалектика Просвещения**», один из разделов которой – «Культуриндустрия. Просвещение как обман масс» - имеет самое прямое отношение к проблематике социологии массовой коммуникации и культуры



Главный посыл данной книги – это всесторонняя критика социальной системы современного капитализма, в основе которого лежит определенный тип рациональности, нашедший свое воплощение в идее научно-технического прогресса.

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- **«Знание есть власть»: тоталитаризм инструментальной рациональности.**
- «Программой Просвещения было расколдовывание мира. Оно стремилось разрушить мифы и свергнуть воображение посредством знания. Техника есть сущность этого знания. Оно имеет своей целью не понятия и образы, не радость познания, но метод, использование труда других, капитал... Единственно чему хотят научиться люди у природы, так это тому, как ее использовать для того, чтобы полностью поработить и ее, и человека»
- «Просвещение тоталитарно как ни одна из систем... Просвещение учреждает единство мышления и математики. Тем самым последняя... превращается в абсолютную инстанцию»
- **Научно-технический прогресс обернулся по мысли Хоркхаймера и Адорно бесконечным регрессом – человек превратился в автомат, манипулируемый внешними силами. Соответственно экспансия инструментальной рациональности в сферу культуры также имеет свои серьезные фундаментальные последствия. Мир культуры подвергается колонизации научно-технической рациональностью, а массовая коммуникация становится проводником этих процессов.**

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- «Сегодня она вступает во владение цивилизаторным наследием предпринимательской демократии и демократии пограничных регионов, чувствительность которой к духовным отклонениям также развивалась не в сторону излишней чуткости. **Всем предоставлена свобода танцевать и развлекаться точно так же, как со времён исторической нейтрализации религии всем предоставлена свобода вступать в ту или иную из бесчисленных сект. Но свобода в выборе идеологии, всегда лучащаяся отраженным светом экономического принуждения, на деле оказывается во всех сферах свободой выбора вечно тождественного.** Та манера, в которой молодая девушка даёт согласие и заканчивает обязательное свидание, интонация при телефонном разговоре и в самых доверительных ситуациях, подбор слов при беседе, даже разделяемая на части порядком понятий клонящейся к упадку глубинной психологии внутренняя жизнь в целом свидетельствуют о попытке превратить самого себя в адекватный успеху аппарат, вплоть до инстинктивных побуждений соответствующий предлагаемой культуриндустрией модели. **Самые интимнейшие реакции людей им самим же вопреки настолько полностью овеществляются, что идее их собственного своеобразия удаётся существовать лишь на уровне предельной абстрактности: личность едва ли характеризуется для них чем-либо иным, кроме ослепительной белизны зубов и полной свободы от запаха пота из подмышек и эмоций. Таков триумф рекламы в культуриндустрии, принудительный мимесис потребителей к в то же самое время видимым ими насквозь культуртоварам»**

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- **Культуриндустрия, или «хлеба и зрелищ» для одномерного человека эпохи позднего капитализма**
- ***Культуриндустрия – это часть всеобщей системы господства инструментальной рациональности, когда производство культурных смыслов становится аналогичным производству товаров в экономике и подчиняется общей логике господства технического стандарта и тиражирования.***
- «Кино и радио уже более не требуется выдавать себя за искусство – отмечают Хоркхаймер и Адорно. – Та истина, что они являются не чем иным, как бизнесом, используется ими в качестве идеологии, долженствующей легитимировать тот хлам, который они умышленно производят»
- ***Технический стандарт порождает стандарт культурный, а тот, в свою очередь, порождает стандарт содержания***

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- «Культуриндустрия порочна, однако не как вавилонское скопище грехов, но как собор, воздвигнутый во славу перевозносимому до небес развлечению».
- **Развлечение порождает согласие (конформизм)**, когда проблемы и конфликты уходят на второй план, но обратной стороной этого процесса является бессилие, т.е. бегство от реальности в иллюзорный и контролируемый сверху мир удовольствия. **Индивид превращается в потребителя.**
- Таким образом, общий вывод таков: «Механизм спроса и предложения продолжает действовать в сфере надстройки в качестве механизма контроля, идущего на пользу правящим кругам. Капиталистическому производству удастся настолько прочно закабалить потребителя и душой и телом, что без всякого сопротивления они становятся жертвой того, что им предлагается... Обманутые массы в гораздо большей степени, чем те, кто преуспел, становятся жертвами мифа об успехе. Они ведь руководствуются своими собственными желаниями. И поэтому они непоколебимо отстаивают именно ту идеологию, посредством которой их обращают в рабство»

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- Такое понимание массы и индивида эпохи культурыиндустрии приводит франкфуртцев к весьма пессимистическим, если не апокалипсическим выводам относительно будущего человеческой свободы и демократии.

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации



Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации



- **Вальтер Беньямин: тиражирование произведения искусства и его последствия.**

Вальтер Беньямин несколько иначе, нежели авторы «Диалектики Просвещения» подходит к проблеме соотношения современной техники и мира культуры и искусства. Наиболее ярким его произведением в этой связи является небольшое эссе «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости».

- ***«средства технической репродукции достигли уровня, находясь на котором они не только начали превращать в свой объект всю совокупность имеющихся произведений искусства и серьезнейшим образом изменять их воздействие на публику, но и заняли самостоятельное место среди видов художественной деятельности»***
- ~~Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его~~ технической воспроизводимости: Избранные эссе. – М.: «МЕДИУМ», 1996. – С. 19.

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

Numéro : 3454 Benjamin Walter


— 26 2 1 a 2 —

DÉPARTEMENTS : IMPRIMÉS, MSS., EST.

Titres : Docteur en philologie
Citoyen littéraire

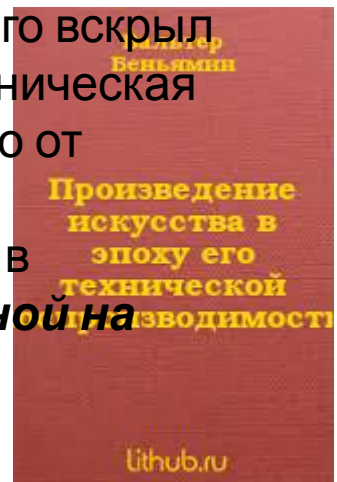
Adresse : 7 rue Dombasle Paris XV
11 années 1940 - 1947

Observations : rec. en 1933 sur le livre du Droit de l'homme et en 1940 sur H. Ch. Lato professeur à la Sorbonne



Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- Однако, Беньямин в отличие от Адорно резко отрицательно относившегося к массовой культуре, специально подчеркивает позитивный момент. А именно: прежде производство искусства было встроено в структуру ритуала.
- «Решающим значением обладает то обстоятельство, - пишет он, - что этот вызывающий ауру образ существования произведения искусства никогда полностью не освобождается от ритуальной функции произведения».
- Даже после средневековья три столетия существовал секуляризованный культ служения прекрасному, кризис которого вскрыл его ритуальный подтекст. Позитивный момент здесь таков: техническая репродуцируемость произведения искусства **освобождает** его от паразитарного существования на ритуале. Поэтому Беньямин подчеркивает трансформацию социальной функции искусства в современном мире - **место ритуальной функции, основанной на традиции, занимает функция политическая.**



Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- «Тем самым разделение на авторов и читателей начинает терять свое принципиальное значение оно оказывается функциональным, граница может пролегать в зависимости от ситуации так или иначе. Читатель в любой момент готов превратиться в автора».
- «Массы – это матрица, из которой в настоящий момент всякое привычное отношение к произведениям искусства выходит перерожденным. Количество перешло в качество: очень значительное приращение массы участников привело к изменению способа участия»
- Старую жалобу на то, что массы требуют развлечения, а искусство – концентрации, Беньямин отвергает. Кино действует иначе. Развлечение в принципе предполагает, что массы погружают произведение искусства в себя, восприятие здесь носит не индивидуальный, а коллективный характер. Фактически Беньямин говорит о том, что ***технический прогресс породил такие медиа, которые предполагают коллективное восприятие:***

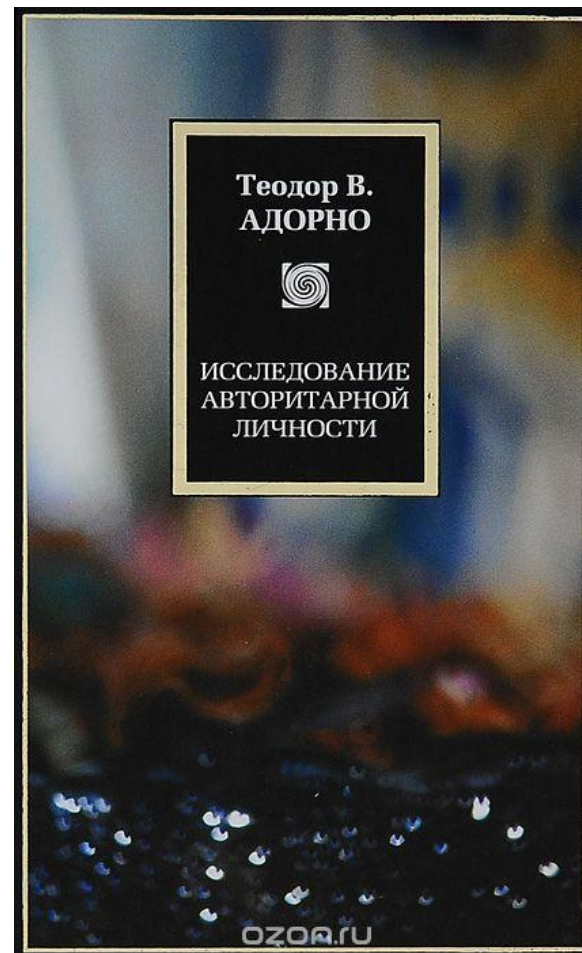
«кино вытесняет культовое значение не только тем, что помещает публику в оценивающую позицию, но тем, что эта оценивающая позиция в кино не требует внимания. Публика

оказывается экзаменатором, но рассеянным»

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- В рамках этого подхода была разработана концепция ***авторитарной личности*** – своего рода массового типа эпохи позднего капитализма, который стал рассматриваться как основа тоталитарных режимов фашистского толка

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации



Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- Возникшее после войны индустриальное общество было предметом психо-психологического анализа другого видного представителя этого интеллектуально течения Г. Маркузе. Синтезировав идеи Маркса и Фрейда, Маркузе выдвинул идею **одномерного человека** (англ. – one-dimensional man), который стал базовым психологическим типом современной ему эпохи развития индустриального общества. Он исходит из принципиального тезиса об **интегрированности пролетариата в существующую общественную систему и утрату им революционного потенциала**.
- **«Изобилие, созданное современной технологией, - пишет по этому поводу П. Андерсон, - позволило капитализму просто-напросто интегрировать пролетариат в монолитный социальный порядок подавления и конформизма, в котором он перестал сознавать себя отдельным и эксплуатируемым классом. Демократия, таким образом, превратилась просто в личину, прикрывающую господство терпимости, в гибкое орудие манипулирования в единообразной, гомогенной системе, в которой массы, лишённые всякого негативного сознания, механически сами себе выбирают правителей и хозяев».**
- См. русский перевод: *Маркузе Г. Одномерный человек* / Г. Маркузе. – Киев, 1994.
- *Андерсон П. Размышления о западном марксизме. На путях исторического материализма* / П. Андерсон. – М.: Интер-Версо, 1991. – С. 95.

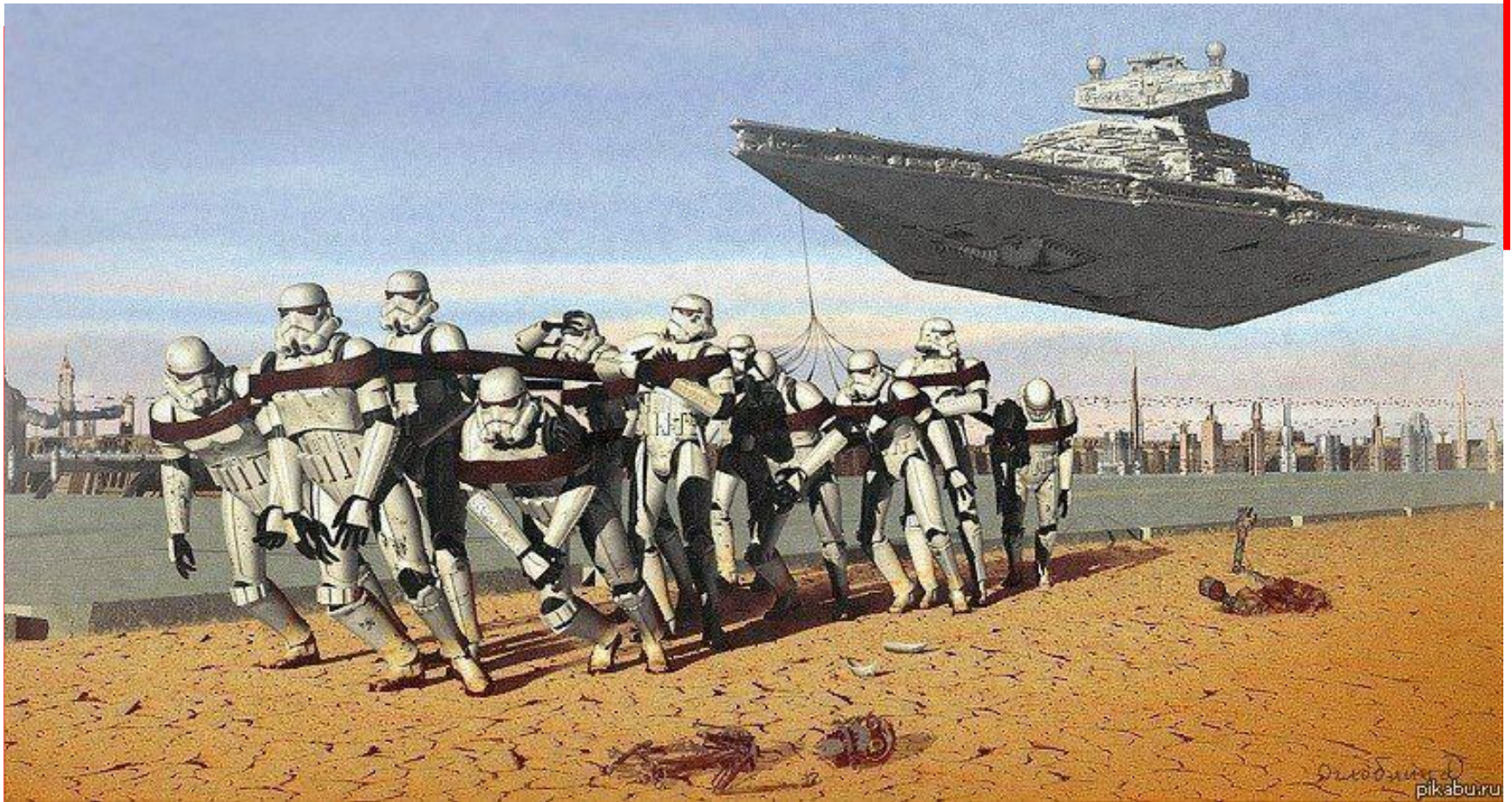
Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации



Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- В современном обществе все люди по сути одинаковы, так как подчиняются одним и тем же желаниям.
- Общество называется свободным (*имеется в виду либеральное общество*), в то время как на самом деле в обществе царит завуалированный неототалитаризм — общество массового потребления создало свои ценности, повлияло на культуру и контролирует каждого индивида.
- Потребности современного человека ложны и навязаны ему извне, что делает его рабом собственных потребностей.
- Для позитивного изменения общества человек должен совершить «Великий Отказ» — изменить направление своих потребностей от эксплуатации природы в сторону гармонии с ней, обратив свои желания и чувства к высокой духовности.

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации



Научные и философские подходы к анализу массовой коммуникации

- Критическая теория возникает в недрах Франкфуртской школы – научного направления, созданного профессорами Франкфуртского университета на базе кафедры социальной философии, которую возглавил Макс Хоркхаймер. В период Второй мировой войны финансируемый еврейскими банкирами институт был вынужден переехать на другой континент – в США, но после войны часть ученых (М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Ю. Хабермас) вернулись в Европу, а Герберт Маркузе, например, остался в США. Во второй половине XX в. критическую медиатеорию ожидал массовый бум: многие ученые левых взглядов заинтересовались проблематикой идеологического контроля через каналы коммуникации. Так возникли идеи Луи Альтюссера и Пьера Бурдьё об аппаратах символического насилия, концепт гегемонии Антонио Грамши, соображение о медиа как о производителе вымышленного спектакля (Ги Дебор) или симулякров, то есть подобия реальности (Жан Бодрийяр).

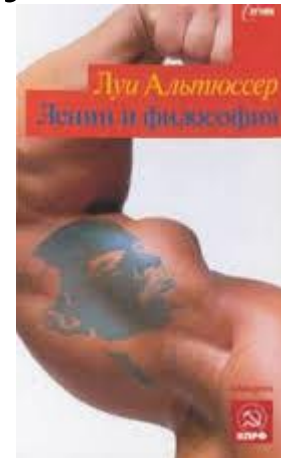
-

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- **Луи Альтюссер: масс-медиа и «идеологические государственные аппараты».** Важнейший вклад в неомарксистский проект теории идеологии и ее роли в современном мире внес французский философ и социолог **Луи Альтюссер** (1918-1990). Основным текстом социолога, в котором изложены его взгляды на идеологию, - это эссе «Идеологические государственные аппараты» (1969), являющееся частью сборника его работ «Ленин и философия»
- Во-первых, он **пересматривает традиционную марксистскую схему базис-надстройка** и исходит из другого тезиса, согласно которому выделяются три базовых формы человеческой практики – экономика, политика и идеология.
- Во-вторых, и это вытекает из первого тезиса, Альтюссер **использует язык структурализма для описания социальных и культурных явлений.** В этой перспективе исследовательское внимание сосредотачивается на поиске и анализе структур, т.е. определенных устойчивых связей объекта, которые обеспечивают его воспроизводство при изменяющихся условиях. Это означает, что **структуры носят объективный характер**, иными словами, они предзаданы индивиду, предопределяя его поступки, действия и социальные роли, подобно тому, как структуры языка (грамматика) определяет порядок и правила его употребления.

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- Луи Альтюссер пишет о том, что в современных обществах аппараты прямого насилия были заменены идеологическими аппаратами (этот термин Альтюссера станет устоявшимся), к которым относятся школы, церковь, средства массовой коммуникации, культурные отрасли и др. Речь идет о том, что в современном обществе с помощью коммуникаций создается механизм согласия, поэтому нет никакой необходимости использовать прямое принуждение.



Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

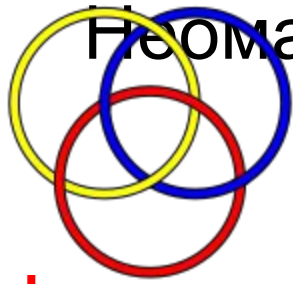
- Альтюссер определяет идеологию как **образ воображаемых отношений индивидов к их реальным условиям существования**. Она формирует определенную версию реальности, которая переживается людьми в их практической жизни.
- «Радикальный разрыв Альтюссера с традиционными концепциями исторического материализма проявился в твердом заявлении, что «идеология не имеет истории», потому что она, как и бессознательное, «неизменна» по своей структуре и действию в человеческом обществе, по аналогии с авторитетным для Альтюссера высказыванием Фрейда, для которого бессознательное «вечно»...; **ИДЕОЛОГИЯ – система бессознательных детерминаций**, а не форма сознания в общепринятом смысле».
- *Андерсон П.* Размышления о западном марксизме. На путях исторического материализма / П. Андерсон. – М.: Интер-Версо, 1991. – С. 95-96.

Немарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- «вечность идеологии... обусловлена ее социальной функцией, направленной на соединение людей в общество, адаптируя их к своему объективному месту в общественной структуре, заданному господствующим способом производства»
- Итак, **идеология растворена в структурах социализации индивидов и обладает функцией интеграции**. Вместе с тем, встает вопрос о том, через какие институциональные механизмы происходит такая социализация, через какие институты конструируется идентичность? Для ответа на этот вопрос Альтюссер вводит понятие **идеологических государственных аппаратов**. Опираясь на марксистскую терминологию, он говорит, что современный капитализм предполагает не только воспроизводство производительных сил, но и трудовых ресурсов, т.е. людей, соответствующих данной системе хозяйства и господства. Поэтому данная система вырабатывает институты, которые берут на себя эту функцию. В этой связи государство, ориентированное на воспроизводство всей системы капитализма, вырабатывает «государственные аппараты», которые либо ориентированы на репрессивные функции принуждения, либо на идеологические функции
- В интерпретации Альтюссера идеология выступает неким символическим субъектом, который, используя нерепрессивные социальные институты капиталистической системы, «творит» индивидов, представления о мире которых встраиваются в общую логику функционирования всей системы. Поэтому мир масс-медиа в этой перспективе становится важнейшим идеологическим аппаратом, а индивиды превращались в человеческий материал, из которого идеология производила требуемые системе трудовые ресурсы.

Немарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- Репрессивные аппараты, такие как армия, полиция, тюрьмы, ориентированы на непосредственное использование насилия и принуждения с целью предотвращения антисистемных эксцессов, и носят строго централизованный характер.
- Идеологические аппараты, наоборот, децентрализованы, автономны и разнообразны. К ним в первую очередь относятся церковь, семья, образование и система масс-медиа. Именно они обеспечивают организацию процессов социализации, транслируя индивидам определенные представления о мире, носящие идеологический характер.
- В интерпретации Альтюссера идеология выступает неким символическим субъектом, который, используя нерепрессивные социальные институты капиталистической системы, **«творит» индивидов, представления о мире которых встраивается в общую логику функционирования всей системы.** Поэтому мир масс-медиа в этой перспективе становился важнейшим идеологическим аппаратом, а индивиды превращались в человеческий материал, из которого идеология производила требуемые системе трудовые ресурсы.



Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- Такое понимание идеологии связано с влиянием идей французского психоаналитика **Жака Лакана** (1901-1981), который также опирался на структурализм в изучении человеческой психики. Ключевой идеей психолога стал его знаменитый тезис о том, что **бессознательное структурировано как язык**. Именно этот факт позволяет исследователю реконструировать то, с чем нельзя вступить в коммуникацию (т.е. психоаналитик не может общаться с бессознательным пациента, но при этом должен откуда то получать информацию о нем).

Немарксистские подходы к анализу массовой коммуникации



*Лакана читать?!
Я еще Фрейда
наизусть не выучил*

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- По Лакану психический аппарат личности состоит из трех элементов: реального, воображаемого и символического. Символическое представляет собой область сверхличных, всеобщих социокультурных смыслов, которые задаются индивиду обществом, но эта сфера – сфера бессознательного.
- Следовательно, индивид превращается в атрибут культуры, а не выступает в роли самостоятельного субъекта, являющегося картезианским носителем суверенного сознания и самосознания. Итак, культура как символический мир начинает рассматриваться в перспективе бессознательного, но при этом само бессознательное дебиологизируется, т.е. перестает быть сферой естественных, природных инстинктов сексуального характера.
- Методом реконструкции таким образом понятого символического мира является структурный анализ, работающий с объективными и упорядоченными связями символов друг с другом

Подробнее о его теории в перспективе постмодернистских концепций см.: *Ильин И.П.* Постмодернизм от истоков до конца столетия: эволюция научного мифа / И.П. Ильин. – М.: Интрада, 1998. – С. 54-100.

Немарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- Работа идеологии происходит неявно, она проникает в конкретные практики, которые люди воспринимают как самоочевидные. Это своего рода здравый смысл, который играет фундаментальную роль в процессе социализации индивидов и формировании группой идентичности. Следовательно, **«вечность идеологии... обусловлена ее социальной функцией, направленной на соединение людей в общество, адаптируя их к своему объективному месту в общественной структуре, заданному господствующим способом производства»**



Грусть - моральный изъян, грех и нравственная трусость!

Добродетель - веселое знание: ныряй в смысл, но не слипайся с ним!

Где счастье? Да везде. Ты счастлив!

Немарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- Итак, **идеология растворена в структурах социализации индивидов и обладает функцией интеграции**. Вместе с тем, встает вопрос о том, через какие институциональные механизмы происходит такая социализация, через какие институты конструируется идентичность? Для ответа на этот вопрос Альтюссер вводит понятие **идеологических государственных аппаратов**. Опираясь на марксистскую терминологию, он говорит, что современный капитализм предполагает не только воспроизводство производительных сил, но и трудовых ресурсов, т.е. людей, соответствующих данной системе хозяйства и господства. Репрессивные аппараты, такие как армия, полиция, тюрьмы, ориентированы на непосредственное использование насилия и принуждения с целью предотвращения антисистемных эксцессов, и носят строго централизованный характер. Идеологические аппараты, наоборот, децентрализованы, автономны и разнообразны. К ним в первую очередь относятся церковь, семья, образование и система масс-медиа. Именно они обеспечивают организацию процессов социализации, транслируя индивидам определенные представления о мире, носящие идеологический характер. В интерпретации Альтюссера идеология выступает неким символическим субъектом, который, используя нерепрессивные социальные институты капиталистической системы, «творит» индивидов, представления о мире которых встраиваются в общую логику функционирования всей системы. Поэтому мир масс-медиа в этой перспективе становится важнейшим идеологическим аппаратом, а индивиды превращались в человеческий материал, из которого идеология производила требуемые системе трудовые ресурсы.

Франция 1968

<https://www.youtube.com/watch?v=LWPc6wEA3hc>



Франция 1968

- «Движение 22 марта» ориентировалось на идеи т.н. Ситуационистского Интернационала и его вождя **Ги Дебора, автора хрестоматийной книги «Общество спектакля» (1967)**. Ситуационисты считали, что Запад уже достиг товарного изобилия, достаточного для коммунизма, – и пора устраивать революцию, в первую очередь «революцию повседневной жизни». Это означало отказываться от работы, подчинения государству, уплаты налогов, выполнения требований законов и общественной морали. Все должны заняться свободным творчеством – тогда произойдет революция и наступит «царство свободы». Как сказано в послесловии к книге Дебора, «движение ситуационистов возникло из практик леттристов, во многом наследовавших техникам дадаистов Наиболее известная акция леттристов имела место на воскресной пасхальной службе в парижском соборе Нотр-Дам 9 апреля 1950 г. Один из участников акции, Мишель Мурре, переодевшись в рясу доминиканца, пробрался к амвону и, улучив паузу в течении службы, обратился к молящимся с прозрачным сообщением» (далее приводится его стихотворное «сообщение», которое было бы правильно назвать не прозрачным, а богохульственным: «Я обвиняю католическую церковь, / заразившую мир своей кладбищенской моралью, / раковую опухоль павшего Запада. / Воистину, говорю я вам: Бог умер!»). В статье-манифесте в журнале леттристов «Потлач» Дебор утверждал: **«Дела людей должны иметь своим основанием если не террор, то страсть. Все средства годятся для того, чтобы забыться: самоубийство, тяжелые увечья, наркотики, алкоголизм, безумие...»**. В послесловии к книге дается пояснение: **«Радикальный потлач, «праздник, не имеющий конца», – вот критерий и образец грядущей революции»**

Nous ne voulons pas d'un monde où la certitude de ne pas mourir de faim s'échange contre le risque de mourir d'ennui.	Мы не хотим жить в мире, где за уверенность в том, что не померёшь с голоду, платят риском помереть со скуки.
Ceux qui font les révolutions à moitié ne font que se creuser un tombeau.	Те, кто делают революцию наполовину, роют себе могилу. (Сен-Жюст)
On ne revendiquera rien, on ne demandera rien. On prendra, on occupera.	Мы не будем ничего требовать и просить: мы возьмём и захватим.
Plebiscite : qu'on dise oui qu'on dise non il fait de nous des cons.	Как ни проголосуешь на плебисците, «да» или «нет», из тебя всё равно сделают козла!
Depuis 1936 j'ai lutté pour les augmentations de salaire. Mon père avant moi a lutté pour les augmentations de salaire. Maintenant j'ai une télé, un frigo, une VW. Et cependant j'ai vécu toujours la vie d'un con. Ne négociez pas avec les patrons. Abolissez-les.	С 1936 года я боролся за повышение зарплаты. Раньше за это же боролся мой отец. Теперь у меня есть телевизор, холодильник и «фольксваген», и всё же я прожил жизнь, как козёл. Не торгуйтесь с боссами! Упраздните их!
Le patron a besoin de toi, tu n'as pas besoin de lui.	Ты нужен шефу, а он тебе — нет.
Travailleur: Tu as 25 ans mais ton syndicat est de l'autre siècle.	Рабочий! Тебе 25 лет, но твой профсоюз из прошлого века!
On achète ton bonheur. Vole-le.	Твоё счастье купили. Укради его!
Sous les pavés, la plage!	Под булыжниками мостовой — пляж!
Ni Dieu ni maître!	Ни Бога, ни господина!
Soyons cruels!	Будем жестокими!
Vivre sans temps mort, jour sans entrave.	Живи, не тратя время (на работу), радуйся без препятствий!
Il est interdit d'interdire.	Запрещать запрещено.
Dans une société qui a aboli toute aventure, la seule aventure qui reste est celle d'abolir la société.	В обществе, отменившем все авантюры, единственная авантюра — отменить общество!
L'émancipation de l'homme sera totale ou ne sera pas.	Освобождение человечества будет всеобщим, либо его не будет.
La révolution est incroyable parce que vraie.	Революция невероятна, потому что она настоящая.
Je suis venu. J'ai vu. J'ai cru.	Пришёл. Увидел. Поверил.
Cours, camarade, le vieux monde est derrière toi!	Беги, товарищ, за тобой старый мир!
Il est douloureux de subir les chefs, il est encore plus bête de les choisir.	Тяжело подчиняться начальникам, но ещё глупее их выбирать.
Un seul week-end non révolutionnaire est infiniment plus sanglant qu'un mois de révolution permanente.	Один уик-энд без революции гораздо более кровав, чем месяц перманентной революции.
Le bonheur est une idée neuve.	Счастье — это новая идея.
La culture est l'inversion de la vie.	Культура — это жизнь наоборот.
La poésie est dans la rue.	Поэзия на улицах!
L'art est mort, ne consommez pas son cadavre.	Искусство умерло, не пожирайте его труп.
L'alcool tue. Prenez du L.S.D.	Алкоголь убивает. Принимайте ЛСД .
Debout les damnés de l'Université.	Вставай, проклятьем заклеянный университет!
SEXE : C'est bien, a dit Mao, mais pas trop souvent.	СЕКС: Это хорошо, — изрек Мао, — но не слишком часто. (Пародия на популярные среди левых Цитаты Мао Цзэдуна)
Je t'aime! Oh! dites-le avec des pavés!	Я тебя люблю! О, скажи мне это с булыжником в руке!
Camarades, l'amour se fait aussi en Sc. Po, pas seulement aux champs.	Товарищи! Любовью можно заниматься и в Школе Политических наук, а не только на лужайке.
Mort aux vaches!	Смерть ментам! (букв. коровам)
Travailleurs de tous les pays, amusez-vous!	Пролетарии всех стран, развлекайтесь!
L'imagination au pouvoir!	Вся власть воображению!
Le réveil sonne : Première humiliation de la journée!	Звонит будильник. Первое унижение за день.
Imagine : c'est la guerre et personne n'y va!	Представь себе: война, а на неё никто не пошёл!

Франция 1968

- События мая 1968 года начались в парижских университетах, сперва в университете Париж X — Нантер, а затем и самой Сорбонне; один из самых известных лидеров студентов — 23-летний Даниэль Кон-Бендит. Движущей силой студентов, помимо общего молодёжного протеста (самый знаменитый лозунг — «Запрещать запрещается»), были различного рода крайне левые идеи: марксистско-ленинские, троцкистские, маоистские, анархистские и т. п., нередко также перетолкованные в романтически-протестном духе. Общее название этих взглядов, или, вернее, настроений — «гошизм» (фр. gauchisme), первоначально обозначало «левизну» в переводе работы Ленина «Детская болезнь левизны в коммунизме». Практически невозможно определить все политические убеждения студентов, активно принимавших участие в восстании. Особенно сильным было анархическое движение, центром которого являлся Нантер. Немало было среди деятелей мая людей, иронизирующих над левыми и анархистскими лозунгами так же, как и над любыми другими. Студентам сочувствовали и многие левые преподаватели Сорбонны, включая, например, Мишеля Фуко. Сами участники событий позиционировали себя как «новые левые».
- Через несколько дней беспорядков выступили профсоюзы, объявившие забастовку, затем ставшую бессрочной; митингующие (как студенты, так и рабочие и служащие) выдвигали конкретные политические требования. Среди них была отставка де Голля, а также формула «40 — 60 — 1000» (40-часовая рабочая неделя, пенсия в 60 лет, минимальный оклад в 1000 фр.)

Франция 1968

- Де Голль принял решение назначить досрочные парламентские выборы на 23 и 30 июня. Парламентские выборы ознаменовали окончание конфликта. Премьер-министр Жорж Помпиду призывал в предвыборной кампании к «защите республики» перед лицом «коммунистической опасности» и воззвал к «молчаливому большинству». В результате выборов президентский Союз защиты республики (голлисты) получил абсолютное большинство в парламенте, впервые в истории Франции. Однако, лишь через год после этих событий де Голль проиграл референдум по реформе Сената и местной власти и вынужден был уйти в отставку.



Франция 1968

В обществе, отменившем все авантюры,
единственная авантюра — отменить общество!



Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- Хабермас рассматривает концепцию публичной информации в одной из своих ранних работ, но английский перевод его *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society* появился только 27 лет спустя после выхода немецкого издания. В своей книге Хабермас показывает, преимущественно на материале, относящемся к Великобритании XVIII и XIX вв., как в эпоху зарождения капитализма возникла публичная сфера, а потом — в середине и конце XX в. — она пришла в упадок.
- что публичная сфера или, точнее, то, что он **называет буржуазной публичной сферой, возникло в XVIII в. в связи с некоторыми важными особенностями капитализма, получившего развитие в это время в Великобритании.** Самым важным было то, что класс предпринимателей стал достаточно состоятельным, чтобы добиться самостоятельности и избавиться от опеки государства и церкви. До этого в сфере общественной жизни **доминировали двор и церковь, подчеркнуто демонстрировавшие приверженность феодальным обычаям, пока растущее богатство НОВЫХ капиталистов не подорвало господства традиционной знати.** Одним из проявлений этого богатства стала растущая поддержка предпринимателями всего, что было связано с литературой и литераторами: театра, кофеен, романов и литературной критики. Затем в свою очередь ослабла зависимость литераторов от покровителей, и, освободившись от традиционных зависимостей, они сформировало среду, критически настроенную по отношению к традиционной власти. **Как замечает Хабермас (Habermas, 1962), «искусство светской беседы превратилось в критику, а острословие — в аргументы» (с. 31).**

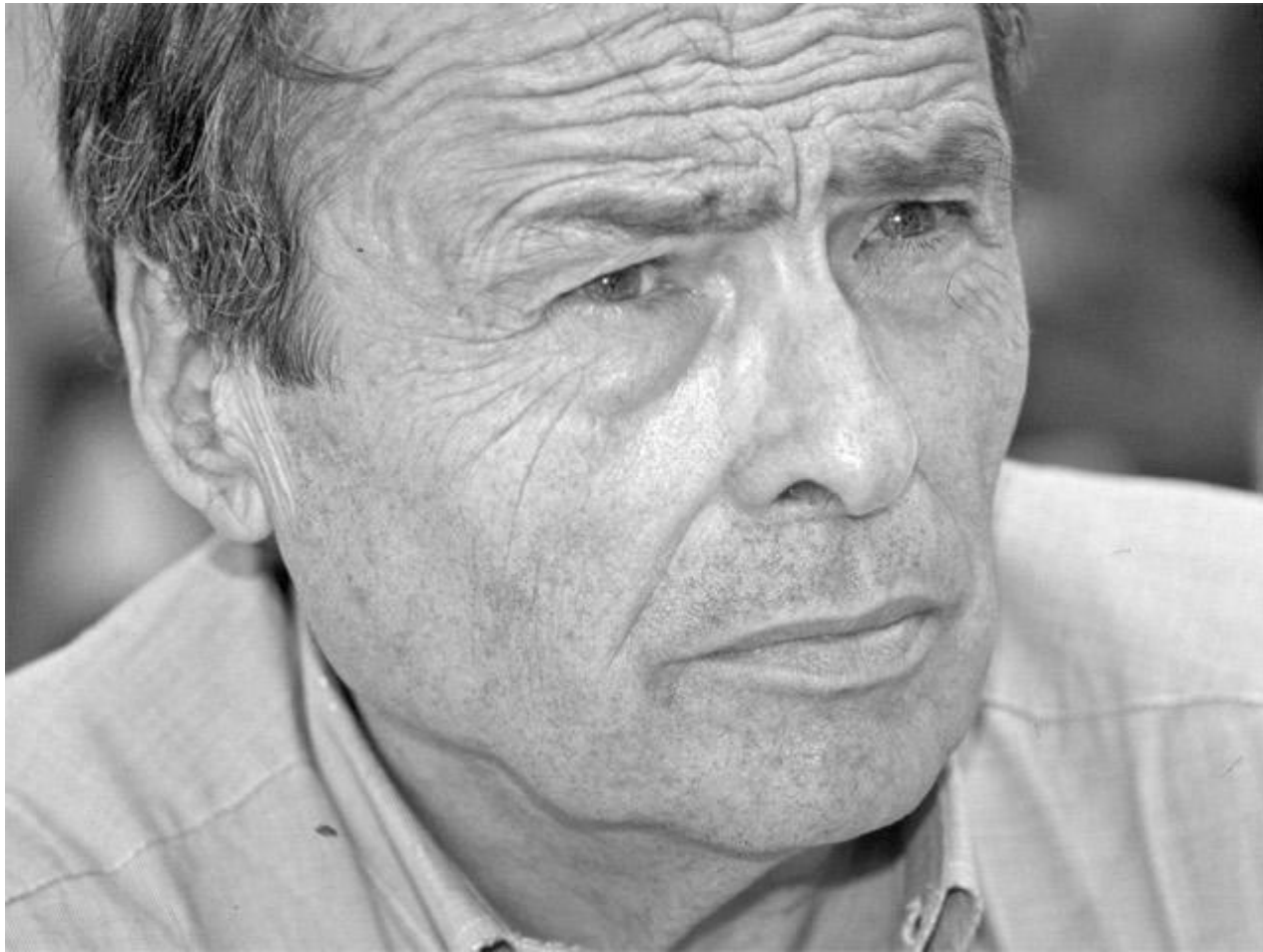
Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- В своем историческом анализе Хабермас указывает и на парадоксальные особенности буржуазной публичной сферы, которые он называет рефеодализацией некоторых сфер жизни. Одна из них связана с продолжавшимся ростом капитализма. В течение некоторого времени, отмечает Хабермас, происходило «взаимопроникновение» (Habermas, 1962, с. 141) отношений частной собственности и публичной сферы, но на протяжении последних десятилетий XIX в. хрупкое равновесие между ними постепенно стало нарушаться в пользу частной собственности. **По мере того как капитализм становился все более могущественным и влиятельным, его сторонники переходили от призывов к реформам государственных институтов, к их захвату и использованию в своих целях. Короче говоря, возникло капиталистическое государство, его сторонники стали все чаще переходить от дебатов и агитации к использованию государства, в котором они теперь доминировали, в борьбе за свои частные интересы.** В результате члены парламента одновременно оказались и членами правлений частных компаний, политические партии стали получать от бизнеса прямое финансирование, возникли центры разработки партийных стратегий (think tanks), в парламенте начались систематическая лоббистская деятельность и обработка общественного мнения, публичная сфера теряла свою независимость.

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- Хабермас идет дальше, чем сторонники Маркса. С его точки зрения, публичная сфера не только ослаблена вторжением рекламы и присущей ей этики, но ей еще нанесен существенный урон технологиями пиара. ...Для Юргена Хабермаса это **отказ от «критериев рациональности», лежащих в основе публичной дискуссии: подобные критерии «полностью отсутствуют среди хитроумных приемов формирования консенсуса», которые превращают политическую жизнь в шоу, разыгрываемое перед одуроченными «зрителями, которые тут же готовы к нему присоединиться»** (Habermas, 1962, с. 195).
- Хабермас с глубокой тревогой размышляет о сегодняшнем положении вещей. Ведь мы, получив избирательные права, приобщились к политике, но не привело ли это к тому, что мнение масс возобладало над разумной аргументацией? Плохо то, что избиратель частенько не задумывается над важностью вопроса, который ему предстоит решить, но еще хуже, что после появления всеобщего голосования каждый избиратель сталкивается с «современной пропагандой» (с. 203), которая в **"манипулируемой публичной сфере"** получила **возможность управлять общественным мнением (с. 217)**. Так что у просвещения есть и мрачная сторона.
- Какой смысл в том, что люди голосуют, если они не могут понять, за что они голосуют? Зачем нужна дополнительная информация, если она используется для обмана? **«Янус двулик: просвещение оборачивается надзором, информация — рекламой, воспитание — манипулированием» (с. 203).**

Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё



Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё

- 1970-е годы стали временем не только активного проникновения феноменологии в медиа-исследования, но и начальным этапом становления одной из ведущих социологических школ Европы, сложившейся вокруг фигуры **Пьера Бурдьё** (1930-2002).
- Парадигму, или социологическое направление, которое возглавил Бурдьё, часто называют **конструктивистским (генетическим) структурализмом**, поскольку ее ядром является **принцип двойного структурирования социальной реальности**
- Бурдьё настаивает на том, чтобы различать и не сводить друг к другу структуры и представления о них: «с одной стороны, объективные структуры, которые конструирует социолог в рамках объективизма, отстраняясь от субъективных представлений агентов, лежат в основе субъективных представлений и содержат структурные принуждения, влияющие на взаимодействия; но, с другой стороны, эти представления должны быть усвоены, если хотят, чтобы с ними считались, в частности, в индивидуальной или коллективной борьбе, нацеленной на трансформацию или сохранение объективных структур»

Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё

- Таким образом, ***социальная действительность структурирована дважды.***
- Во-первых, имеет место первичное структурирование объективными социальными отношениями, которые опредмечиваются в распределении различных ресурсов.
- Во-вторых, социальная реальность структурируется символически – представлениями людей о том мире, в котором они живут и действуют

Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё

- «Мысль Бурдьё состоит в том, что не всякий ресурс является капиталом, т.е. действующим свойством, придающим его обладателю силу и власть. Капиталом становится лишь тот ресурс, на который существует спрос на специфическом «рынке», установлена определенная «цена» и который может приносить «прибыль»... Любое поле в этом смысле является рынком, где производятся и обращаются специфические капиталы»

Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё

- Первый социолог, который попытался проследить, как активное потребление высокой культуры связано с жизненным успехом, был американец норвежского происхождения Торстейн Веблен, который рассматривал искусство как элемент образа жизни праздного класса. У Веблена была теория о том, что в каждую эпоху есть класс-хищник, члены которого каким-то образом оповещают других хищников о своих успехах. Вначале есть воинствующий класс, который просто отнимал у других средства к существованию. Принадлежность к этому классу определялась тем, что его члены могли существовать на награбленном. Но доказывать другим, что вы на самом деле к этому классу принадлежите, чревато неприятными последствиями, потому что если каждый хищник будет на поле боя доказывать свою принадлежность к классу, то они неизбежно истребят друг друга. Однако хищники быстро открывают для себя, что совершенно необязательно выходить на поле боя, чтобы распознать своего. Можно просто показать, сколько вы уже награбили. Когда вы демонстрируете кучу золота, все видят, насколько вы успешны в хищническом качестве.
- «Если выразаться более современным социологическим языком, культурный капитал сигнализирует о принадлежности к статусной группе, к определенному слою общества, в который вы должны быть допущены, чтобы получить доступ к наиболее ценным социальным ресурсам. Ее члены заводят друзей и ищут супругов среди себе подобных. Внутри нее же циркулирует информация о наиболее привлекательных экономических возможностях. Эта группа охраняет свои границы за счет престижного культурного потребления, за счет того, что люди ходят в оперу и читают книги. Когда они встречаются с человеком не своего круга, они его отталкивают и делают это с чистой совестью, ведь они чувствуют, что ими движет не стремление монополизировать доступ к экономическим благам, а похвальные рефлексии культурного человека. Монополизация все равно происходит, но она происходит как бы сама собой, без всякой задней мысли».

Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё

- Существуют такие агенты, которые могут концентрировать различные типы капиталов (экономические, культурные и политические) в своих руках и конфликтовать друг с другом. Для этого социолог вводит понятие **поля власти** – пространства, где соединяются различные поля и капиталы, а игроками поля выступают агенты, которые занимают доминирующее положение в других автономных пространствах. Иными словами, поле власти – это поле борьбы за власть между обладателями различных форм власти.

Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё

- *Габитус – это ментальные структуры, через которые агенты воспринимают окружающий мир, но при этом сами эти структуры являются продуктами интериоризации структур социального мира*
- Соответственно «через габитус мы получаем мир здравого смысла, социальный мир, который кажется очевидным». Это в свою очередь означает, что **легитимация социального порядка происходит в первую очередь на уровне повседневных практик**, а не на уровне сознательно конструируемых пропагандистских акций. Это происходит постольку, поскольку люди применяют к объективным структурам такие схемы их восприятия и оценивания, которые сами являются их продуктом. Отсюда и проистекает тенденция воспринимать мир как должное.
- существуют так же и символические конструкции, порождаемые различными агентами, стремящимися навязать свое собственное видение мира всем остальным. Такие агенты обладают **символической властью**, т.е. способностью формировать определенные способы интерпретации социального мира и с их помощью переопределять и трансформировать этот мир. Как замечает Бурдьё, **символическая власть – это власть творить вещи при помощи слов**,

Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё

- По одной из версий, оно вообще появляется из ботаники, где подвиды одного вида растений, которые различаются конституцией в зависимости от окружающей среды, в которой они произрастают, называются имеющими разный габитус. Например, одни и те же деревья в более теплом климате будут вырастать прямыми, с более мощными стволами, а по мере продвижения к тундре будут становиться все меньше, все кряжистее, все ниже.
- То же самое, говорит Бурдьё, происходит с людьми в зависимости от социального окружения, в котором они растут: они приобретают разную конституцию, только это конституция не столько внешняя, сколько внутренняя. Они развиваются в разной диспозиции, с разными способностями и готовностью спонтанно реагировать на возникающие ситуации, которые сильно отличают их друг от друга. Бурдьё использует габитус в двух смыслах: один более широкий, другой более узкий.
- Габитус синонимичен, говорит Бурдьё, чувству собственного места, разные люди в социальной структуре по-разному ощущают, что для них, на что они могут претендовать, что их по праву, а что не совсем для таких людей, как они. И габитус заставляет их самих сортировать открывающиеся возможности на те, на которые они могут претендовать, и те, на которые не могут.
- Проще всего различить, говорит Бурдьё, этих людей по тому, как они ведут себя в музее или в какой-то другой ситуации, требующей от людей выразить, изложить свое художественное суждение. Есть люди, которые верят, что все, что существует, существует для них, для таких, как они.
- На другом полюсе находятся люди, которые, оказавшись в музее, знают, что это для образованных, что если они чего-то не понимают, то, наверное, с ними что-то не в порядке, возможно, они плохо учились в школе. Если какое-то искусство им не нравится, это по возможности нужно спрятать от других.
- Где-то посередине есть третья вариация. Третья вариация хочет походить на первую, но знает, что с этой задачей не справится, поэтому они отправляются в музей, вооружившись путеводителями, поэтому они точно помечают, какие залы надо посетить и какое искусство посмотреть, они справляются с каким-нибудь авторитетным источником, чтобы узнать, какая картина самая значимая. В общем, они подходят к музею максимально школярски и ученически.

Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё

- Ключевым институтом, производящим легитимные классификации социальной реальности, является государство. Бурдьё модифицирует веберовское определение государства как монополиста легитимного физического насилия, говоря также и о **монополии легитимного символического насилия**. Оно в первую очередь выражается в производстве **официальных номинаций**, представляющих собой символические акты присваивания статусов, званий и квалификаций (классический пример - диплом о высшем образовании государственного образца).
- Вместе с тем, основным сегментом социального пространства, который производит категории восприятия и оценивания мира, являются **поля культурного производства** - наука, философия, искусство, литература, журналистика. Для этих полей также характерны отношения доминирования и конкуренции между собой за навязывание легитимного видения социального мира, за то, чтобы произведенное ими, а не какое либо иное видение, стало общепринятым.

Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё

- **поле журналистики – это частный случай поля культурного производства**, для которого характерны все основные характеристики полей, отмеченных нами выше.
- Специфической культурной практикой, характерной для данного поля, является производство и распространение информации. Соответственно можно выделить два основных типа агентов.
- Первый тип – **индивидуальные агенты поля**, которые представлены журналистами, редакторами, репортерами, владельцами конкретных медиа, режиссерами и т.д.
- Ко второму типу относятся **институциональные агенты** – газеты, телеканалы, издательства, радиостанции.

Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё

- Особенность поля журналистики состоит в том, что, оно обладает огромной символической властью. Как пишет ученик и коллега Бурдьё Патрик Шампань, **«это проявляется в возможности формулировать те или иные проблемы, создавать явления силой слова, то есть навязывать массам определенное видение мира, что достигается их широким распространением и эффективностью влияния зрительных образов на широкую публику»**

Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё

- В этой связи социолог подчеркивает, что «власти, в частности, правительственные инстанции, действуют не только с помощью экономического принуждения, которое они в состоянии оказывать, но и с помощью разного рода давлений, связанных с монополией на легитимную информацию – в частности, на информацию *из официальных источников*... Нельзя также забывать об исключительной символической власти, которой наделяются государственные деятели в силу своей способности определять посредством своих действий, решений и вмешательства в журналистское поле (интервью, пресс-конференции и т.д.) повестку дня и иерархию событий, навязываемую журналистам»

Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё

- **Бурдьё и его коллеги стремятся разрушить либеральную идеологию о позитивности и прогрессивности рыночной конкуренции в сфере культурного производства.** Они доказывают, что поле журналистики испытывает огромное давление со стороны поля экономики, подвергается испытанию **вердиктом рынка.**
- Фактически **конкуренция среди журналистов «вместо того, чтобы породить нечто оригинальное и отличное от других, стимулирует единообразие предложения»**
- Свое наглядное воплощение эти тенденции получают в действии механизма **рейтинга**, влияние которого для медиа-производства имеет очень серьезные последствия... **именно через рейтинг в первую очередь и реализуется навязывание логики экономического поля полям культурного производства,** что приводит к ориентации на рост числа продаж, появлению списков бестселлеров и т.д.

Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё

- **в современных западных демократиях экономическая, политическая и символическая власть постепенно начинают концентрироваться в одних руках.**
- **функционирование полей культурного производства начинает зависеть от медиа-логики.** Ярким примером здесь является фигура ученого-социолога, который должен производить постоянный зондаж общественного мнения, создавать тот научный продукт, который всегда будет использован СМК для символического эффекта «вердикта народа».
- **Медиатизация политики** имеет своим следствием тот факт, что различные социальные агенты, претендующие на участие в ней, вырабатывают такие стратегии, которые непосредственным образом «завязаны» на соответствующий масс-медийный формат, в первую очередь, на телевидение.

Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё

- Социоанализ телевидения.
- *реальная возможность превращения данного типа масс-медиа в инструмент символического угнетения.*
- Постоянная спешка порождает *fast-thinking*, феномен «быстродумов» - тех, кто мыслит «готовыми идеями», всех устраивающими общими местами, клише. Это означает, что *такие общие места не предполагают со стороны аудитории акта дешифровки, поскольку на самом деле никакого обмена информацией в этом акте коммуникации не происходит.*
- *Символическая продукция телевидения является результатом сложного процесса, в ходе которого категории восприятия, свойственные журналистам, накладываются на социальную действительность*

Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё

- Критически анализируя современные тенденции в области масс-медиа и выявляя негативные последствия воздействия рыночной логики в сфере культурного производства, Бурдьё, тем не менее, настаивал на необходимости использования интеллектуалами символической власти масс-медиа с той целью, чтобы сделать журналистов союзниками ученых в понимании, артикуляции и решении проблем современных обществ.

Человек VS система



<https://www.youtube.com/watch?v=tq67wVw273E>

Кино — это предельно извращённое искусство. Оно не даёт вам то, что вы желаете, оно говорит вам, как желать.

Мы живем, так нам говорят, в постидеологическом обществе.

Нас интерполируют. То есть власть относится к нам не как к подданным, обязанным исполнять свой долг, жертвовать собой — а как к субъектам развлечений.

«Раскрой свой потенциал». «Будь собой». «Живи полной жизнью».

Когда вы надеваете очки, вы видите диктатуру в демократии.

Это невидимый порядок, определяющий границы вашей мнимой свободы

Человека нужно заставлять быть свободным.

Если вы просто доверяете неосознанному ощущению что так хорошо, или так надо — вы никогда не будете свободны.

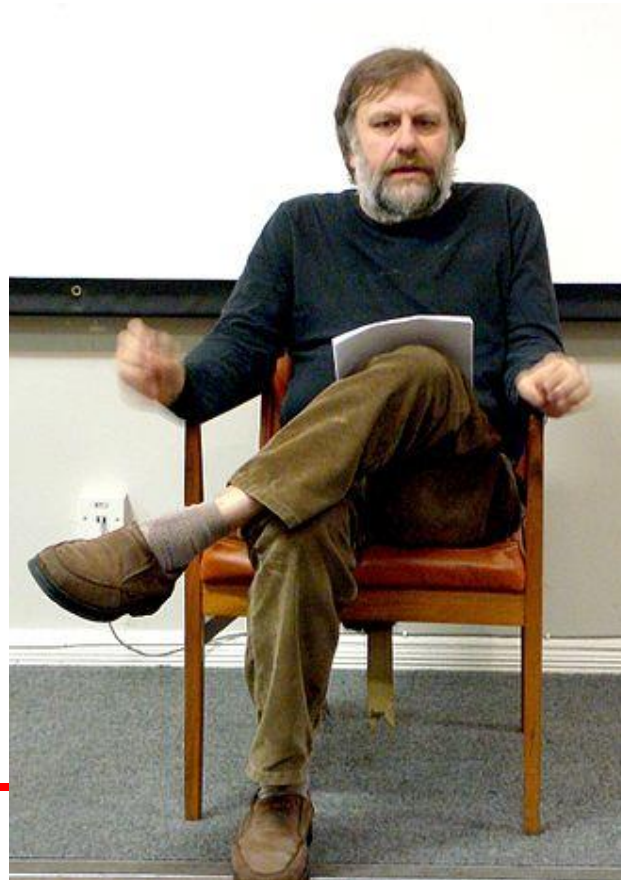
Свобода это больно

В наших постмодернистских, как бы мы их не называли, обществах, мы обязаны наслаждаться. Наслаждение становится какой-то странной, извращенной обязанностью.

Парадокс Колы заключается в том, что ты хочешь пить, и пьешь ее, но как всем известно, ~~чем больше ты ее пьешь, тем больше хочется.~~ Желание никогда не бывает лишь желанием чего-либо. Это всегда еще и желание самого желания.

Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- <https://www.youtube.com/watch?v=2bXKR-a1HKk>



Неомарксистские подходы к анализу массовой коммуникации

- [Рустам Юлбарисов](#) 3 месяца назад
- [Нужно ли идти на выборы в 2018 году?](#)
- [Славой Жижек](#)
- Нет. Нет-нет-нет. Именно в ситуации Путин против Собчак – не голосуйте. У нас в Словении было также – пару дней назад начался первый тур президентских выборов. Все варианты за гранью, и моя идея в том, что голосовать не нужно.
- Совсем. То есть да, можно заняться пропагандой с критикой голосования и так далее. Но нет! Наш единственный вариант успеха – это низкая явка на выборах, чтобы как можно больше людей поняли, что проблема не просто в кандидате, а в этой системе голосования. Это жульническая система and so on and so on. Знаете, что для меня тут является примером? Не знаю, переведен ли он на русский, но это роман Жозе Сарамага «Прозрение». Там люди внезапно просто решили не голосовать. Явка составила 2-3%. И власти погрузились в полную панику, они увидели в этом заговор and so on and so on.
- Но я не считаю, что это должно быть твердым правилом. Во-первых, иногда есть выборы, которые имеют значение. Например, до того, как они обернулись предателями – тут я скажу кое-что очень наивное, но в Греции я бы проголосовал тогда за СИРИЗА, но теперь все кончено, потому что они все испортили. В Испании я был бы за «Подemos», но эта партия стала частью системы. А в США за Берни Сандерса, хотя он даже не социальный демократ. Тут для меня важна одна вещь – как мобилизовать людей? А он сделал это с помощью определенного политического проекта, который явно немного выходил за пределы консенсуса. Это для меня очень важно. Мы должны искать эти чудеса, эти моменты мобилизации.
- Мой пессимизм заключается в следующем. Традиционно на Западе и в других странах система после Второй мировой войны была какой? Это были умеренно левые против умеренно правых. Две большие партии. Но потом были еще все эти маргинальные партии, от неонацистов до зеленых и так далее. Теперь возникает другой дуализм: большая партия капитала, либерального капитала, которая чисто капиталистическая, но одновременно за гомосексуальность, за права геев, за ЛГБТ, за свободу вероисповедания, за аборт; а против них антииммигрантские популисты-националисты. Опасность тут в том, что только правые популисты хотя бы номинально говорят про обычных людей и про их проблемы, и если это станет доминирующей формой, то тех, кто захочет продолжать быть левыми, будут все время шантажировать. Как во Франции многие мои друзья, которые даже не должны быть мне друзьями, поддержали Макрона. Да, формально он лучше, чем Марин Ле Пен, но на самом деле его политика и сам он открыли возможность для Марин Ле Пен, создали для нее пространство. Так что в этом случае я не стал бы голосовать вообще. Нам нужно говорить так: идите и голосуйте за Макрона, чтобы спастись от фашизма, но надо понимать, что Макрон – это часть той власти, которая создала Марин Ле Пен. Меня за это уже критиковали. Но сегодня самая большая угроза – это не прямой неонацизм. Это еще шантаж либералов, которые говорят, что сегодня мы боремся против фашизма.
- **В России такая же проблема, когда Каспаров и либералы хотят западной демократии. Но я не думаю, что решение проблемы с Путиным и Россией – это стать западной страной. Нет! Путин – это результат провала Ельцина, когда власти хотели стать, как Запад. И опять тут первоочередная политическая задача – это отказаться от этого либерального шантажа, отвергнуть его. Будто единственный вариант – это западная либеральная демократия с капитализмом!**
- **Говорят, что на Западе можно критиковать американскую политику, а на Востоке любая критика США сделает из тебя наивного идиота и марионетку Путина. Нам нужно отказаться и от этого. Нам просто необходимо вырваться из такой реальности, в которой ты просто вынужден говорить, что «ладно-ладно, мы можем мечтать о более радикальных шагах, но в такой ситуации фашистской угрозы...» И поэтому я не принимаю аргумент, что новые правые – это просто фашистская угроза. Может быть, это и так, но если посмотреть на это с либеральной точки зрения, получается, что содержание всего этого антифашизма на самом деле заключается в том, что либерализм – это единственный вариант.**

Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё

- **Выводы**

- 1. Первыми собственно научными концепциями массовой коммуникации стали теории пропаганды, возникшие в начале XX века на основе идей бихевиоризма и фрейдизма. В этих теориях массовая аудитория рассматривалась как пассивная атомизированная среда, которая склонна к мощному воздействию со стороны масс-медиа. Эффекты воздействия в рамках этих теорий носили прямой и очень сильный характер (эффект «магической пули»).
- 2. Второй этап развития медиа-исследований определился доминированием структурного функционализма и пересмотром в его рамках представлений о массовой коммуникации. Структурные функционалисты стали рассматривать масс-медиа как одну из подсистем современных обществ, ориентированную на поддержание стабильности социальной системы в целом. Кроме того, произошел отказ от концепции «магической пули» и атомизированной массы как адресата медиа-посланий. Аудитория стала анализироваться сквозь призму концепции «лидеров мнения», а сам массово-коммуникативный процесс как многоступенчатая цепочка.

Мир масс-медиа в социологической концепции школы П. Бурдьё

- 3. Своего рода альтернативой структурному функционализму выступил неомарксизм. В его рамках произошел отказ от экономического детерминизма, а фокус анализа был смещен в сферу культуры и идеологии. Позднекапиталистическое общество стало рассматриваться как индустриальное общество, в котором господствующие классы выработали эффективные технологические механизмы символического доминирования (культуриндустрия), используя культуру и идеологию как ресурсы легитимации неравенства. При этом важнейшим институтом (идеологическим государственным аппаратом по Альтюссеру), транслирующим идеологические конструкции, безусловно, стали современные масс-медиа. Однако в рамках неомарксизма Франкфуртской школы, за исключением концепции Бенямина, аудитория понималась также как и на первом этапе медиа-исследований, а именно, как атомизированная и пассивная масса манипулируемых извне индивидов (авторитарная личность, одномерный человек).
- 4. Принципиальный сдвиг в медиа-исследованиях происходит в начале 1970-х годов и открывает новейший этап в развитии социологии массовой коммуникации.