

РГБ ОЛ

8 - СЕН 1998

На правах рукописи

ТРАХТЕНБЕРГ АННА ДАВИДОВНА

**МЕТОДОЛОГИЯ И ТЕОРИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ
В АМЕРИКАНСКОЙ ПОЛИТОЛОГИЧЕСКОЙ ТРАДИЦИИ**

23.00.01. - теория и история политической науки

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук



Екатеринбург - 1998

Работа выполнена в Институте философии и права
Уральского отделения РАН

Научный руководитель -

- доктор философских наук,
профессор А.В. Гайда

Официальные оппоненты:

- доктор философских наук, профессор
Барзгова Е.С.
- кандидат политических наук Дьякова Е. Г.

Ведущее учреждение -

Алтайский государственный университет,
кафедра философии

Защита состоится "25" сентября 1998 г. в 13.00 часов на заседании специализированного совета Д 003.81.01 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора наук в Институте философии и права Уральского отделения Российской академии наук (адрес: 620144, г. Екатеринбург, ГСП-559, ул. 8-е марта, 68, конференц-зал).

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Института философии и права.

Автореферат разослан 24 августа 1998 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат философских наук

Б.С. Модель

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования

В настоящее время в России идет интенсивный процесс становления политологии как самостоятельной научной дисциплины. В ходе этого процесса отечественная политология активно осваивает накопленный мировой наукой массив теоретических и эмпирических знаний. Однако в силу ряда культурно-исторических причин, и прежде всего в силу исходной культурной близости, европейская политологическая традиция, особенно в ее французских и европейских версиях, осваивается отечественными политологами гораздо активнее, чем традиция англо-американская.

Типичный для европейской традиции взгляд на политологию не как на сравнительно частную научную дисциплину, а как на общую, интегральную науку, включающую весь комплекс знаний о политике и ее взаимоотношениях с человеком и обществом, хорошо ложится на привычный для отечественного обществознания холизм в понимании общества и свойственную для него ориентацию на создание глобальных общемировоззренческих конструктов. Англо-американская политология, принципиально игнорирующая нормативные ценности подходы как метафизические, и признающая в качестве научных лишь аналитические конструкты, которые можно подвергнуть эмпирической верификации, в силу этих своих особенностей осваивается отечественным обществознанием с заметно большим трудом.

Несмотря на существование значительного массива публикаций, описывающих англо-американскую социологическую традицию, в реальный научный оборот эта традиция введена далеко не полностью, и прежде всего потому, что основные ее теоретические наработки не подходят под привычное европейское определение теории. Американские политологические теории "среднего уровня" кажутся слишком скудными содержательно и недостаточно обобщающими, к тому же - привязанными к слишком специфическому социальному фону, чтобы воспринимать и использовать их в качестве работающего теоретического инструментария. В этом смысле построения немецких и французских политологов выглядят куда более многообещающие и эксплуатируются куда активнее. Если учесть, что американская политологическая

традиция принципиально ориентирована не консенсус и с подозрением относится к любым радикальным переменам, причины, по которым ее освоение отечественной наукой встречает значительные затруднения становится еще более очевидной.

Сказанное верно и в отношении такое специфической отрасли политологии, как теории массовой коммуникации. В американской традиции “теории массовой коммуникации” имеют статус самостоятельной научной дисциплины, изучающей, каким образом средства массовой коммуникации влияют на функционирование представительной демократии и развитие гражданского общества. В европейской традиции изучение массовой коммуникации изначально выступает в качестве подраздела теории идеологии, поэтому массовая коммуникация рассматривается прежде всего как орудие политического (и социального) контроля, не играющее самостоятельной роли. Изучение массовой коммуникации находилось и находится под сильным влиянием марксизма, особенно в его французской структуралистской версии. Несмотря на то, что в настоящее время марксизм уже не является для отечественной политологии единственной разрешенной парадигмой, тенденция идеологизировать массовую коммуникацию, и изучать не то, “кто, передает что, кому, с помощью какого канала и с каким эффектом”, а “с какой целью” в отечественной политологии сохраняется.

Отчасти с этим связана и податливость отечественной политологии на разнообразные, как утопические, так и апокалиптические пророчества, связывающие с появлением новых технически опосредованных форм коммуникации (интерактивной электронной «телематики») коренную перестройку социальности. Изречения новейших пророков “информационной революции” воспринимаются достаточно некритически, что затрудняет исследование реальных процессов, связанных с функционированием средств массовой коммуникации в становящемся гражданском обществе в условиях, когда механизмы представительной демократии только набирают силу. Если учесть, что отношения средств массовой коммуникации, власти и общества в нашей стране являются весьма напряженными и запутанными, поскольку статус всех участников данного процесса до конца не определен и их представления об идеальной модели таких отношений носят противоречивый и часто

взаимоисключающий характер, необходимость поворота от построения глобальных конструкций к конкретному изучению реальных коммуникативных процессов станет вполне очевидной.

Для того, чтобы такое изучение велось не «с чистого листа», при игнорировании мирового опыта исследований в данной сфере (что чревато не просто провинциализмом в постановке проблем и поисках решений, но и тенденцией к открытию уже открытого и использованию теоретических схем, от которых мировая практика давно отказалась), и необходимо обращение к американской политологической традиции изучения массовой коммуникации. Такое обращение позволит в то же время избежать некритического переноса наработанных в американской традиции теоретических и методологических гипотез на нашу действительность.

Дополнительная ценность анализа базовой для научной дисциплины «теории массовой коммуникации» американской традиции состоит в том, что данная традиция носит ярко выраженный технологизированный характер и содержит значительный массив знаний о методах и механизмах воздействия СМИ на общество. Данные методы активно применяются в политической практике во всем мире, в т.ч. и в России. Поэтому подробное описание теоретического потенциала американской традиции анализа отношений массовой коммуникации, власти и общества позволяет не только выработать эффективный инструмент для анализа нашей современной ситуации в сфере СМИ, но и оценить сравнительную эффективность различных методов воздействия на аудиторию СМИ.

Степень разработанности проблемы

В целом американская политологическая и социологическая традиции описана и проанализирована в нашей литературе достаточно подробно в работах таких исследователей, как Н.Н. Антонович, П.Н. Гайденко, В.И. Добренков, Е.С. Барангова, Л.Г. Юннин, А.М. Каримский, Э.А. Капитонов, А.Д. Ковалев, Л.А. Комер, Е.Н. Крайченко, Е.И. Кукушкина, Н.В. Мелентьева, С.М. Митина, А.Д. Налетова, Г.В. Осипов, А.Ю. Согомонов, Н.Е. Покровский, Е.Д. Руткевич и многих другие. Однако теории массовой коммуникации изучались отечественными исследователями лишь эпизодически, причем самостоятельный

статус этой политологической дисциплины нашей литературе практически игнорировался. В условиях, когда сам термин «массовая коммуникация» считался буржуазным и запрещался к употреблению в советских исследованиях, было крайне сложно дать адекватный, не затронутый идеологическими влияниями анализ. Неудивительно поэтому, что значительный корпус работ, посвященных анализу массовой коммуникации в американских условиях и включающий разбор соответствующих теорий, принадлежит к разряду откровенно пропагандистских материалов (например, работы Г.К. Ашина, Н.С. Бирюкова, В.Ю. Борева, А.В. Коваленко, А.П. Мидлера, А.И. Власова, В.Л. Энтина).

Конечно, далеко не все отечественные исследования были столь откровенно идеологически ангажированы. Прежде всего укажем на ряд обзорных работ по «буржуазным теориям журналистики», подготовленных под руководством декана факультета журналистики МГУ А.Я. Засурского. Однако эти работы носили чисто описательный характер и практически не затрагивали методологических оснований исследуемой дисциплины.

В работах отечественных социологов, посвященных американским теориям массовой коммуникации, основное внимание уделялось чисто технологическим аспектам организации и проведения научных исследований в данной сфере (М.Г. Смирнова, В. Терин), а также исследованиям в сфере социальной психологии. Так, в работах В.А. Мансурова и С.М. Митиной был осуществлен анализ экспериментальной практики Йельской школы К. Ховлэнда. Однако собственно политологические исследования, осуществлявшиеся в рамках школы П. Лазерфельда и образующие базовый слой теорий массовой коммуникации как научной дисциплины, в отечественной литературе описаны явно в недостаточной степени. Единственная обобщающая работа, посвященная данным аспектам американской традиции принадлежит В. Терину и П. Шихареву (1975), и носит явственный отпечаток своего времени.

В настоящее время ситуация стала изменяться в лучшую сторону. Появились работы А.В. Дмитриева, Л.М. Земляновой, В.В. Латынова, в которых описываются новейшие этапы развития американской коммуниквистики. Однако целостный анализ американской политологической традиции в отечественной литературе пока отсутствует и основные работы, ставшие

этапными для формирования данной традиции, и по сути так и не введены в научный оборот. А без такого анализа адекватное использование достижений данной традиции явно затруднено.

Цель и задачи исследования

Цель данного исследования - доказать, что специфика американской политологической традиции анализа массовой коммуникации на уровне господствующей парадигмы порождена базовым для традиции мифом о "Величии электричества", с которым связан характерный для этой традиции культ методологического совершенства и "минимализм" теоретических выводов.

В соответствии с данной целью выделяются следующие задачи исследования:

- Описать структуру и осуществить дисциплинарную систематизацию политологической дисциплины «теории массовой коммуникации».
- Определить структурное и типологическое место американской традиции исследования массовой коммуникации в пространстве научной дисциплины «теории массовой коммуникации».
- Осмыслить американскую традицию как специфическое парадигмальное единство.
- Проанализировать «порождающее пространство» американской традиции анализ массовой коммуникации, т.е. тот социокультурный и политический контекст, относительно которого происходила самоопределение данной дисциплины и складывалась господствующая парадигма.
- Вскрыть «слепые пятна» господствующей парадигмы, т.е. те механизмы, которые блокируют анализ ряда феноменов на парадигмальном уровне (прежде всего имеется в виду такой феномен, как тоталитарная индоктринация).
- Описать наиболее продуктивные направления эволюции господствующей парадигмы.

Теоретическая и методологическая основа

Методологические установки диссертации порождены спецификой объекта исследования. Господствующая парадигма американской политологической традиции исследования массовой коммуникации является позитивистской и основана структурно-функциональном подходе к анализу социальности. Специфика данного подхода состоит в его своего рода «прозрачности»: на первый взгляд он производит впечатление чисто рецептурного знания, ведущего к обобщениям на уровне здравого смысла. Поэтому для его анализа необходимо выйти за его пределы и рассмотреть ее извне, с позиций иной социально-философской традиции.

В качестве такой базовой для анализа традиции в диссертации выступает социальная феноменология А. Шюца, изучающая научное знание как особую конечную область значений, преобразующую, рационализирующую и специализирующую повседневный запас знаний. Кроме того, в качестве теоретической основы выступают работы П. Бергера, Т. Лукмана, Дж. Коулера и М. Полнера, а также отечественных авторов, изучавших социально-феноменологический подход (И.А.Бутенко, Л.Г. Ионина, Е.И. Кукушкиной, Е.Д. Руткевич, Н.М. Смирновой).

В диссертации также используются общенаучные методы исследования:

- системный анализ;
- моделирование базовых мифологических сюжетов;
- анализ языковых средств, использовавшихся при формировании господствующей парадигмы.

Апробация работы

Отдельные аспекты исследуемой проблемы были представлены в докладах на международных семинарах, организованных фондом «Центр федерализма» при участии Московской школы политических исследований, «Выборы: этика, правовые механизмы, правила игры» (г. Екатеринбург, январь 1996 г.) и «Выборы в регионах - ключ к гражданскому обществу России» (г. Екатеринбург, октябрь 1996 года), а также на региональной учебно-методической конференции «Технология избирательных кампаний» (г. Екатеринбург, апрель 1997 г.).

Основные положения и выводы диссертации использовались автором при чтении спецкурса "Теории массовой коммуникации" для студентов Уральской академии государственной службы (1995-1996 гг.).

Материалы исследования опубликованы в научных тезисах и программах спецкурсов для студентов.

Структура и объем работы

Диссертация состоит из введения, двух глав, включающих по два параграфа и списка литературы. Содержание работы изложено на 124 страницах, список литературы включает 121 наименование.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность избранной темы, освещается степень разработанности проблемы, указываются цели и задачи исследования, характеризуются теоретические источники и методические приемы, с помощью которых осуществляется данное исследование.

В первой главе диссертации "Теории массовой коммуникации" как политологическая дисциплина" исследуется статус теорий массовой коммуникации как политологической дисциплины. Диссертант доказывает, что данная дисциплина носит политематический характер, т.е. в ее рамках конкурируют между собой несколько парадигм, причем статус этих парадигм неравноправен: господствующей является укорененная в американской традиции позитивистская структурно-функциональная парадигма.

В первом параграфе "Парадигмальная структура политологической дисциплины "теории массовой коммуникации" диссертантом подробно обосновывается тезис о политематическом характере данной научной дисциплины и рассматриваются различные подходы к ее внутридисциплинарной систематизации.

О политематическом характере коммуниквистики свидетельствует противоречивый характер ответов на вопрос о роли и функциях массовой коммуникации в обществе и ее роли в функционировании властных структур, на который накладывается еще и крайнее многообразие теоретических методов обоснования этих ответов. Как показано в диссертации, практически любая

теоретическая конструкция в сфере массовой коммуникации генетически связана с тем или иным социально-философским подходом, что порождает проблему взаимопереводимости языков описания.

Диссертант приходит к выводу, что, для теорий массовой коммуникации как научной дисциплины, претендующей на определенную целостность, крайне актуальной является проблема внутридисциплинарной систематизации. В работе предлагается новый подход к систематизации дисциплинарного пространства теорий массовой коммуникации по двум основным параметрам. формальному и генетическому.

Исходя из чисто формальных критериев диссертант выделяет четыре основных возможных модели соотношения между двумя феноменами - обществом и массовой коммуникацией: автономистскую модель: массовая коммуникация не влияет на общество, а общество - на массовую коммуникацию; медиацентристскую модель: массовая коммуникация имеет определяющее влияние на общество; социоцентристскую модель: общество имеет определяющее влияние на массовую коммуникацию; модель двустороннего влияния: общество влияет на массовую коммуникацию в той же мере, в какой массовая коммуникация влияет на общество. При этом диссертант подчеркивает, что модель взаимного влияния является теоретически неустойчивой, и рано или поздно переходит либо в медиацентристскую, либо в социоцентристскую.

В целом диссертант приходит к заключению, что несмотря на формальную возможность описывать отношения массовой коммуникации и общества четырьмя способами, реально в рамках научной дисциплины работают два подхода - медиацентристский и социоцентристский. В рамках медиацентристского подхода массовая коммуникация рассматривается как абсолютно автономный, самодетерминирующий и, более того, детерминирующий социальную реальность феномен. Для социоцентристов массовая коммуникация, напротив, является лишь одной из функций (а средства массовой коммуникации - одной из подсистем), которые реализуются в рамках более широкого общественного целого и задаются этим целым.

В результате в проблемном поле научной дисциплины "теории массовой коммуникации" постоянно присутствуют две полярные по своему содержанию объяснительные схемы, каждая из которых претендует на статус единственно

верной и подлинно научной модели объяснения. В своих радикальных вариантах медиацентризм и социоцентризм стремятся к взаимовытеснению. Именно поэтому, как показывает автор, радикальный “социоцентризм” в изучении массовой коммуникации, как и радикальный “медиацентризм”, в значительной степени скомпрометированы, и “нормальные” исследователи, стремящиеся остаться в пространстве “нормальной” науки, ориентируются на некую средневзвешенную позицию - массовая коммуникация до определенной степени влияет на общественные структуры и социальную реальность, а общественные структуры и социальная реальность - на массовую коммуникацию.

Наряду с формальным подходом к систематизации теорий массовой коммуникации автор применяет генетический подход к их систематизации, анализируя различные модели, наработанные в научной литературе. По мнению диссертанта, наиболее разработанной из генетических моделей внутридисциплинарной систематизации является модель К.-Э. Розенгрена, который выдвинул типологию теорий массовой коммуникации исходя из типологии основных социологических школ. Эмпирический анализ научных текстов привел этого исследователя к выводу, что основной массив исследований осуществляется в рамках структурно-функционального направления. Именно поэтому К.-Э. Розенгрен присвоил структурному функционализму статус “господствующей парадигмы”, а остальные парадигмы, базирующиеся на альтернативных социально-философских подходах (феноменологическом, структуралистском, неомарксистском) получили у него статус “диссидентских”.

Диссертант, опираясь на работы Дж. Блумлера и Э. Роджерса, демонстрирует, что структурно-функциональная парадигма является не просто господствующей, но первичной исторически и имеющей жесткую социокультурную “привязку”: она возникает в тридцатые годы в США и именно в рамках американской традиции достигает дисциплинарной зрелости. Одновременно автор показывает, что европейская традиция, опирающаяся на альтернативные парадигмы, является вторичной по отношению к американской, и в этой традиции теории массовой коммуникации всегда являлись частным случаем теории идеологии, а не полноценной научной дисциплиной.

В итоге диссертант делает вывод о том, что место, которое занимают в американской политологической традиции теории массовой коммуникации, является весьма специфичным и не имеющим аналогов в традиции европейской.

Во втором параграфе “Парадигма и “анти-парадигма” в дисциплинарном пространстве американской политологической традиции” диссертантом анализируется базовая структура господствующей парадигмы. Автор доказывает, что эта парадигма существует в неразрывном единстве с “анти-парадигмой” (т.е. “теорией шприца”) и демонстрирует, что и парадигма и “анти-парадигма” имеют общее “слепое пятно”, которое выявляется, когда в их рамках осуществляется анализ таких чуждых американской традиции процессов, как тоталитарная индоктринация.

Автор задается вопросом о том, почему основоположником новой научной дисциплины “теории массовой коммуникации” в американской традиции считается П. Лазерсфельд. По мнению диссертанта, превращение П. Лазерсфельда в “отца-основателя” данной дисциплины, обусловлено не столько его личными намерениями, сколько общей конфигурацией дисциплинарного (и шире - социального) пространства, в котором ему пришлось действовать. Характерный для этого исследователя культ методологического совершенства по ряду причин оказался критически значимым для становящейся дисциплины, и в результате П.Лазерсфельд занял в ее поле центральную позицию.

Диссертант противопоставляет П. Лазерсфельду автора классической схемы коммуникативного акта (“Кто передает что, кому, с помощью какого канала и с каким эффектом”) Г.Ласуэлла, которые имеет в американской традиции статус “заблуждающегося классика” и считается создателем “теории шприца”. Как показано в диссертации, “теория шприца” исходит из того, что в условиях атомизированного массового общества массовая коммуникация выполняет функцию компенсации и замещения разрушенных социальных связей и в силу этого оказывает на каждого отдельного изолированного индивида ничем не опосредованное влияние, которому он не в состоянии противостоять, так что одни и те же коммуникативные стимулы порождают у людей одну и ту же реакцию и каждый член общества целенаправленно получает свою, заранее отмеренную “дозу” воздействия, которая “впрыскивается” в него, как из шприца.

Диссертант особо подчеркивает, что Г. Ласуэлл обосновывал "теорию шприца", исходя из "технического теста", которым явилась для массовой пропаганды Первая мировая война, т.е. опирался не на результаты прикладных социологических исследований, а на макрособытие, тем самым идя вразрез с методологическими основаниями базовой позитивистской парадигмы.

Диссертант демонстрирует, что "теория шприца", сформулированная и обоснованная Г. Ласуэллом, стала выполнять в американской коммуникативистике роль "анти-парадигмы", от которой отталкивались при теоретическом анализе. Это был тезис, с которым все были де согласны. На этой основе диссертант приходит к выводу, что именно отрицание всемогущества массовой коммуникации объединяло (и объединяет) исследователей, использующих самые различные объяснительные схемы.

Диссертант обращает особое внимание на тот факт, что на американской почве "теория шприца" так и не привилась отнюдь не в связи с ее недостаточной исторической фундированностью (отказ от нее происходит в тридцатые-сороковые годы, когда успехи тоталитарной индоктринации в нацистской Германии и советской России были более чем очевидны), а с ее методологической ущербностью: для американских исследователей доказательств на уровне макрособытий было недостаточно - им требовалась эмпирическая верификация, отвечающая критериям методологического совершенства. Именно такая верификация была осуществлена П. Лазерфельдом в ходе исследований эффективности предвыборной пропаганды в президентской кампании 1940 года.

На основе этих исследований П. Лазерфельд сформулирует классическую "двухступенчатую модель коммуникации", которая диссертант определяет как первую общепризнанную теоретическую модель в новой дисциплине "теории массовой коммуникации". Суть модели состоит в том, что всякое воздействие массовой коммуникации на индивида опосредуется микрогруппой, причем посредниками при передаче коммуникативного воздействия служат "лидеры общественного мнения".

Базовый для исследовательской традиции характер "модели двухступенчатой коммуникации", по мнению автора, подтверждается тем, что она активно переносилась на совершенно иные социокультурные феномены и применялась для анализа проблем тоталитарной индоктринации в нацистской

Германии и советской России. Подводя итог таким исследованиям, последователь Э. Назерфельда Дж. Клаппер пришел к выводу о том, что тоталитарная индоктринация является успешной до тех пор, пока следование нормам первичной группы в той или иной мере вознаграждается. Если конформизм перестает вознаграждаться или становится полностью дисфункциональным, эффективность индоктринации резко ослабляется и индивид начинает реагировать на новые коммуникативные стимулы. Тем самым в рамках господствующей парадигмы эффективность тоталитарной индоктринации всячески преуменьшалась.

На основе проделанного анализа диссертант приходит к выводу о том, что сложившаяся в американской традиции парадигма вовсе не так слепо следовала за фактами, как могло бы показаться на первый взгляд: она была достаточно избирательна и при выборе объектов анализа и при выборе объяснительных схем. Не случайно при анализе тоталитарной индоктринации расставлялись те же методологические акценты, что и при анализе традиционных для американской традиции объектов: государству как субъекту воздействия уделялось минимальное внимание, термин "идеология" не употреблялся вообще, а сама проблема индоктринации анализировалась как проблема эффективности воздействия на индивида.

В целом диссертант приходит к выводу, что господствующая в американской исследовательской традиции парадигма (как и связанная с ней "анти-парадигма") имеет "слепое пятно": реальность тоталитарной индоктринации плохо укладывается в схемы, отработанные на совершенно ином материале. Косвенно это свидетельствует о наличии у научной дисциплины "теории массовой коммуникации" специфического "порождающего пространства". Под порождающим пространством научной дисциплины имеются в виду те аспекты социальности, которые непосредственно ответственны за формирование проблематики становящейся дисциплины. Его анализу посвящена вторая глава диссертации.

Во второй главе "Порождающее пространство политологической дисциплины "теории массовой коммуникации" впервые в отечественной литературе описывается базовый для американской культуры миф о "Величии электричества" и доказывается, что господствующая в коммуникативных

исследованиях парадигма складывается на основе радикального дистанцирования как от утопического, так и от дистопического полюса этого мифа.

В первом параграфе “Мифологический аспект порождающего пространства политологической дисциплины “теории массовой коммуникации” диссертант подробно анализирует мифологическое пространство, в котором формируется эта дисциплина.

Автор показывает, что для американской традиции характерен взгляд на социальность как на феномен, конструируемый в процессе межличностной коммуникации, которая выступает как всеобъемлющий порождающий процесс, первичный по отношению к любым социальным институтам. Поэтому в сознании американской элиты всегда существовала потребность в создании неких структур, опосредующих и поддерживающих процесс внутригрупповой коммуникации путем обеспечения всех участников процесса информацией, необходимой для рационального принятия решений, причем данные структуры понимались как структуры чисто технические, как “хитрости разума”, облегчающие выполнение главной цели: нестесненной коммуникации с равными себе. На конкретном фактическом материале диссертант демонстрирует, что эта потребность резко усилилась, когда миф об Америке как о “Новом Иерусалиме” сменился мифом об американской республике как “Новых Афинах”.

Сама логика этих мифов приводит к тому, что технический прогресс ставится на службу идеалу общества-“community” и прямой демократии: техника, выступая в качестве активного действующего начала, пронизывает структуры социальности и возвращает этим структурам утраченную античную простоту и “естественность”. Диссертант доказывает, что именно в силу указанного подхода к становлению и функционированию социальности, набор базовых социальных мифов дополняется новой составляющей - мифом и риторикой “Величия электричества”.

Проанализировав данный миф, диссертант приходит к выводу, что суть его кратко можно описать следующим образом: именно электричество, таинственная и непостижимая сила природы, покоренная человеческим разумом, является тем техническим средством, с помощью которого можно преодолеть пространство и время и связать всех граждан в “great community”. Электричество воспринимается как невидимая, но одушевляющая все сущее субстанция,

связывающая (через образ молнии) небо и землю, духовное и материальное и овладение этой субстанцией вызывает близкое к религиозное воодушевление.

Автор показывает, что риторика, описывающая "Величие электричества", является необычайно устойчивой, чем еще раз подчеркивается ее базовый для американской культуры характер. Она с неизбежностью сопровождает всякое новое изобретение в сфере электронных средств коммуникации, начиная от электрического телеграфа и кончая компьютерными сетями. Естественно, по мере того, как очередное изобретение усваивалось повседневностью и растворялось в ней, они выпадали из фокуса общественного внимания, а потом вообще переставали тематизироваться (иными словами, ими начинали пользоваться автоматически, "не замечая"). Однако это не означает, что надежды с помощью "Величия Электричества" превратить современное общество в "универсальное сообщество" также отмирали - миф о "Величии электричества" просто находил себе новый объект.

Чтобы доказать этот тезис, диссертант подробно анализирует риторику, связанную с появлением средств интерактивной электронной коммуникации. В речах проповедников "новой компьютерной эры" звучат хорошо знакомые мотивы киберофилов: полагают, что на основе компьютерных сетей возникнет принципиально новое сообщество, в виртуальной реальности которого будут встречаться пространственно разделенные люди с общими интересами. Иными словами, киберпространство создаст "электронную атому", на которой изолированные, существующие в состоянии анонии, но хорошо информированные индивиды могут снова собраться вместе, не подвергаясь угрозе социального насилия или заражения, чтобы обмениваться информацией. Диссертант делает вывод, что в данном случае мы сталкиваемся с новейшей версией мифа о "Новых Афинах".

С другой стороны диссертант особо подчеркивает, что всякий миф амбивалентен, и наряду с утопическими ожиданиями нового электронного Эдема миф о "Величии электричества" неизбежно включал дистопические опасения, концентрирующиеся вокруг образа "электронного паноптикона", всевидящего электрического глаза/уха, превращающего мир в невидимую тюрьму и контролирующего самые интимные аспекты межличностного общения.

Дистопическая составляющая мифа о "Величии электричества" всегда хорошо резонировала с характерными для американской культурной элиты страхами, порожденными несовпадением между идеальным образом технологически опосредованного межличностного общения и реальностью массовой коммуникации. Как показано в диссертации, реальная массовая пресса (как впоследствии радио и телевидение) одновременно и вписывалась и не вписывалась в пространство базового американского мифа - вписывалась, поскольку этот миф настоятельно требовал технического обеспечения эффективного демократического участия, и не вписывалась, поскольку в конструируемой ими реальности "участие" вытеснялось куда-то на обочину, а в центре общественного внимания оказывалась пассивная "осведомленность" о самых низменных сторонах жизни. Поэтому миф о "Величии электричества" постоянно входил в резонанс с системой ожиданий, порожденных самим фактом существования массовой коммуникации.

В целом диссертант приходит к выводу о том, что массовая коммуникация существует в американском обществе в пульсирующем амбивалентном горизонте базовых мифологических ожиданий и именно относительно этого горизонта определяется и становящаяся научная дисциплина "теории массовой коммуникации".

Во втором параграфе "Анти-мифологический аспект порождающего пространства политологической дисциплины "теории массовой коммуникации" диссертант анализирует, как именно происходит радикальное дистанцирование новой научной дисциплины от массовых ожиданий и страхов, а также демонстрирует, как внутренняя логика развития господствующей парадигмы приводит к модификации исходной парадигмальной схемы.

Диссертант формулирует тезис о том, что создатели научной дисциплины "теории массовой коммуникации" стремились принципиально дистанцироваться от обеих полюсов мифа о "Величии электричества". Чтобы сделать это, они с самого начала заняли подчеркнуто нейтральную позицию, ориентирующуюся на то, чтобы выяснить, как обстоят дела "на самом деле". Тем самым на первый план в новой дисциплине выходили проблемы методологии, а на первое место в ряду отцов-основателей - П. Лазерфельд. Как показывает автор, культ методологического совершенства был вполне естественен в условиях, когда

описание реальности, как она есть «на самом деле», постоянно противопоставлялось массовым страхам и ожиданиям в отношении этой же реальности.

Тем самым становится объяснимым, откуда в господствующей парадигме вылезло “слепое пятно”, которое отвечает за неадекватное описание феномена тоталитарной индоктринации в американской традиции. С одной стороны, базовая структура мифа, который сформировал пространство становления парадигмы, предполагает конструирование социальности “снизу”, в процессах интеракции и рассматривает государство как результат “общественного договора” членов общества, поэтому в рамках базового мифа может быть признано, что существует технологическая угроза функционированию гражданского общества, связанная с развитием технических средств коммуникации, но не допускается даже предположения о том, что государство может вторгнуться в самые основания социальности. Иными словами, тотальное отрицание оснований гражданского общества (на чем, собственно, и основан эффект тоталитарной индоктринации) в рамках базового для американской культуры мифа немыслимо даже как возможность, а то, чего не может помыслить миф, не может помыслить и научная дисциплина, самоопределяющаяся относительно этого мифа.

Диссертант доказывает, что наличие в парадигме “слепого пятна” отнюдь не означает, что она обречена на теоретическое бессилие, поскольку если существуют задачи, с которыми данная научная дисциплина либо вовсе не может справиться, либо решает их неадекватно, то столь же верно, что по отношению к другим задачам эта же дисциплина демонстрирует поразительную эффективность и продуктивность.

Прежде всего имеется в виду серия чисто прагматических задач, связанных с наведением “обратной связи” между аудиторией и акторами массового коммуникативного процесса. Как показано в диссертации, господствующая в американской исследовательской традиции парадигма охватывала (и охватывает собой) не только мощный слой академических исследований массовой коммуникации, но и чисто прикладное коммерческое направление - изучение объема и состава аудитории электронных средств массовой информации. Диссертант обосновывает тем не менее, что в рамках таких исследований процесс

коммуникации редуцирован к акту привлечения внимания, причем этот акт трактуется по принципу “игры с нулевой суммой”: внимание либо привлечено, либо нет, и при этом оно не может дробиться между посланиями. Тем самым исследовательская задача сводится к проблеме чисто методологического плана: как определить объем и структуру аудитории, если она гетерогенна и рассеяна в пространстве. Редукция классической схемы коммуникативного акта Ласуэлла до акта привлечения внимания оказывается весьма эффективной с точки зрения конечного результата.

Диссертант подробно анализирует и другое, не менее эффективное преобразование схемы Ласуэлла, свернувшее процесс “кто передает что какими средствами” в процесс конструирования особой “электронной” и “печатной” реальности, с которой непосредственно имеет дело индивид. В частности, данное сворачивание осуществляется в таких построенных в соответствии со всеми требованиями господствующей парадигмы теориях, как “теория культивации” Дж. Гербнера и “гипотеза установления повестки дня” М. МакКомбса и Д. Шоу. Обе теории исходят из того, что картина реальности, формируемая масс-медиа, замещает в сознании людей “подлинную” реальность, и начинает мотивировать их поведение в этой реальности. При этом обе теории отличает выраженная прагматическая ориентация.

Особенно сильно эта ориентация выражена в гипотезе “agenda-setting”. С позиций данной теории главное воздействие СМИ на аудиторию носит конструирующий характер и состоит в “строительстве повестки дня” (“agenda-building”). Когда СМИ обращаются к освещению тех или иных событий и проблем, эти проблемы начинают восприниматься аудиторией в качестве наиболее важных и заслуживающих внимания: в сознании членов аудитории происходит “воспламенение” (“priming”) соответствующей проблемной зоны за счет остальных зон. Поэтому главное воздействие СМИ связано не с их способностью к убеждению и переубеждению, а с их способностью привлечь общественное внимание и определять критерии, лежащие в основе оценки и принятия решения.

Диссертант демонстрирует, что в основе анализируемой теории лежит не просто представление о массовой коммуникации как процессе конструирования реальности, но и уже знакомая нам редукционистская схема, сводящая процесс

коммуникации к акту привлечения внимания, который понимается по принципу "игры с нулевой суммой": в каждый данный момент внимание аудитории может быть занято только одной, или в лучшем случае несколькими проблемами, поэтому переход к новой проблеме вызывает неизбежное переключение внимания на нее и потерю интереса к прежним проблемам. Автор делает вывод о том, что для теории "agenda-setting" характерна такой же прагматический подход к процессу коммуникации, что и для коммерческих исследований, изучающих динамику массовой аудитории.

Таким образом, модификация Ласуэлловской схемы коммуникативного акта приводит к весьма продуктивным последствиям: проблема воздействия массовой коммуникации на общество, которая в рамках классического структурного функционализма не имеет однозначного решения, в рамках модифицированных подходов такое решение обретает.

В то же время диссертант подчеркивает, что, модифицируя парадигму, исследователи неизбежно сталкиваются с методологическими проблемами, порожденными самой модификацией: перед ними встает проблема описания реальности, "как она есть на самом деле", которая в рамках структурного функционализма неразрешима.

В целом диссертант приходит к выводу, что парадигма без "слепого пятна" перестает быть работающей парадигмой. Конечно, в ряде случаев "слепое пятно" сильно снижает валидность анализа - в частности, это происходит при анализе тоталитарной идеологии, которая находится за пределами порождающего пространства американской дисциплинарной традиции. Но в своих собственных пределах господствующая парадигма является эффективно работающей машиной, порождающей валидные и репрезентативные результаты.

В заключении диссертации сформулированы основные выводы, отмечены элементы новизны и дальнейшие перспективы исследования проблемы.

Положения, содержащие элементы новизны и выводимые на защиту

1. В диссертации доказано, что "теории массовой коммуникации" как политологическая дисциплина могут быть систематизированы как формально, так и генетически. На основе формальной систематизации можно выделить социоцентристские и медиацентристские теории, на основе генетической -

теории, опирающиеся на различные социально-философские подходы. Дисциплинарная систематизация позволяет определить господствующую парадигму американской коммуникавистики как позитивистскую социологию консенсуса (структурный функционализм), основанную на культе методологического совершенства.

2. Специфика американской традиции исследования массовой коммуникации состоит в своеобразном единстве парадигмы, постулирующей опосредованный и ограниченный характер воздействия массовой коммуникации на общество, и “анти-парадигмы”, исходящей из существования прямого воздействия. При этом и парадигма, и “анти-парадигма” имеют общее “слепое пятно”, блокирующее как на теоретическом, так и на методологическом уровне саму возможность понимания ряда феноменов, и прежде всего - феномена тоталитарной индоктринации.

3. В диссертации обосновывается тезис о том, что господствующая парадигма возникает в специфическом “порождающем пространстве”, структурирующим элементом которого выступает миф о “Величии электричества”, с позиций которой электронные средства коммуникации являются средством радикальной перестройки самой ткани социальности. Наряду с утопической составляющей мифа (предсказывающей возвращение к “прозрачной” социальности античного типа) существует его дистопическая составляющая (образ “электронного паноптикона”, держащего общество под тотальным контролем), которая накладываясь на дистопические ожидания, связанные с появлением массовой прессы, и задает ту конфигурацию социокультурных условий, в которые формируется американская коммуникавистика как научная дисциплина.

4. Господствующая парадигма возникает путем максимального дистанцирования от господствующего в ее порождающем пространстве мифа о “Величии электричества”. Это задает пределы ее эффективного функционирования и определяет наличие у нее “слепого пятна”, связанного с чисто технологическим толкованием коммуникативных процессов в тоталитарном обществе. Наибольшая эффективность господствующей парадигмы достигается путем ее прагматической модификации (сведения акта коммуникации к акту привлечения внимания), либо преобразования в

феноменологическом духе (путем сведения акта коммуникации к акту конструирования реальности).

Практическая значимость диссертации

Фактический материал диссертации и теоретические выводы могут быть использованы в педагогической работе по курсам “политология” и “социология”, а также в политической деятельности, в том числе с целью более эффективного воздействия на электорат, а также в научно-исследовательской работе с целью углубленного анализа как функционирования российских СМИ, так и специфики российской социальности в целом.

По теме диссертации опубликованы следующие работы автора:

1. К постановке проблемы самолегитимации интеллигенции в условиях нового информационного пространства (в соав.). // Сб. Интеллигенция и власть на пороге XXI века. Тезисы докладов региональной научно-практической конференции. - Екатеринбург, 1996 г. (0,1 п.л.).

2. Молодежь и информационная революция (в соав.). // Десятые Уральские социологические чтения. Тезисы докладов. - Екатеринбург, 1996 г. (0,1 п.л.).

3. Проблемы массовой коммуникации и интеракции в электоральной ситуации. // Сб. “Знаю, думаю, выбираю”. Материалы конференции по политической рекламе. - Екатеринбург.: Центр гражданских социально-политических проектов, 1997 г. (0,13 п.л.).

4. Социальные последствия информационной революции и миф о “Величии электричества” (в соав.) // Сб. Российская культура на рубеже пространств и времен. Тезисы докладов научно-практической конференции. - Екатеринбург.: изд-во Гуманитарного университета, 1998 (0,2 п.л.).

5. Введение в теорию массовой коммуникации. Программа спецкурса (в соав.) - Екатеринбург.: изд-во Уральской академии государственной службы, 1995 г. (0,3 п.л.).

ПОДПИСАНО К ПЕЧАТИ 31.07.98г. ФОРМАТ 60x84 1/16
ОБЪЕМ 1,0 п. л. ТИРАЖ 100 ЗАКАЗ 663

ЦЕХ № 4 ОАО "ПОЛИГРАФИСТ" г. ЕКАТЕРИНБУРГ, ТУРГЕНЕВА, 20