

Секция «Журналистика»

Актуальные вопросы теории СМИ в России

Дунас Денис Владимирович

Соискатель

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: denisdunas@gmail.com

В настоящее время в российских исследованиях СМИ отсутствует классификация основных теоретических направлений в исследованиях СМИ. С одной стороны, очевидна терминологическая путаница в объектах теоретизирования: что считать коммуникацией, медиакоммуникацией, массовой коммуникацией, медиа, ИКТ, СМК, СМИ, масс-медиа, журналистикой, медиатекстами. Не сформирован единый терминологический аппарат. Исследователи дают одним и тем же явлениям и сущностям разные дефиниции, порою используют одни те же определения, говоря о диаметрально противоположных вещах. С другой стороны, присутствует путаница и в том, что называть теориями, концепциями, подходами, традициями анализа и исследованиями, принципами, научными направлениями и течениями, парадигмами, методологиями, методиками и проч. <?xml:namespace prefix = o ns = "urn:schemas-microsoft-com:office:office" />

Основаниями для создания универсальной классификационной системы существующих теорий СМИ являются социологические теории первого и среднего уровней: теория сфер общественной жизни, институциональная теория, теория социальных систем, теория социальных пространств. Имеющиеся на сегодняшний день теории, анализирующие СМИ, зиждутся на представлении о них в рамках упомянутых теорий. Общим для большинства медиаисследователей является представление о СМИ как социальном институте, как о сфере, сосуществующей с другими сферами общественной жизни: социальной сферой, политикой, экономикой, культурой и сферой частной жизни – собственно человеком. В результате представляется возможным выделить следующие группы теорий СМИ: социальную, политологическую, экономическую, культурологическую и антропологическую.

Необходимым также представляется классифицировать исследования СМИ по объектам изучения (отправитель, канал, контент, аудитория) и по методикам (в зависимости от теории и объекта исследования будут существенно различаться).

Значительная группа исследователей предлагают свою классификацию теорий СМИ: Г. П. Бакулев, М. М. Назаров, И. В. Кирия, А. Черных, И. М. Дзялошинский, Е. Л. Варганова и др. Важно понимать, что в большинстве случаев предлагаемые классификации делаются с ориентацией на западных исследователей и предложенные ими способы классификации. Однако, российский научный контекст и авторский взгляд ученых накладывает свой «русский» отпечаток, и говорить об абсолютном заимствовании неверно.

Другая группа исследователей занимаются теоретическими исследованиями в рамках определенной научной школы, традиции и в своих работах не всегда классифицируют другие возможные направления в теориях СМИ: Е. П. Прохоров, С. Г. Корконосенко, С. М. Гуревич, Л. Г. Свитич, Г. В. Лазутина, И. Д. Фомичева, Л. Л. Реснянская, И. И. Засурский и др.

Целый ряд исследователей указывали на невозможность выстроить общую классификационную систему теорий, объектом теоретизирования которых являются коммуникация, медиакоммуникация, массовая коммуникация, медиа, ИКТ, СМК, СМИ, масс-медиа, журналистика.

Е. Л. Варганова считает важным рассматривать журналистику прежде всего через призму тех эффектов, которые она производит – или не производит – в социуме и на уровне отдельного человека. И связано это с тем, что журналистика призвана удовлетворять одновременно и индивидуальные, и групповые, и социальные потребности в информации. Е. Л. Варганова предлагает выделить четыре основные группы потребностей общества и эффектов СМИ на общество: политические, экономические, культурные, ценностные. Е. Л. Варганова также выделяет эффект влияния СМИ на современного человека, позволяющий обозначить его как человека медийного, поскольку и процесс принятия решений большинством людей, и само существование их в значительной степени определяется СМИ.

Е. Л. Варганова на сегодняшний день является одним из немногих исследователей в России, который использует дефиницию «теория СМИ», а не «теория журналистики», «теория массовой коммуникации» и т. д.

Литература

1. Варганова Е. Л. От человека социального – к человеку медийному // От книги до Интернета: десять лет спустя. М., 2009.
2. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory. Fifth Edition. Sage, 2008.