
ти региональной национальной политики. В прессе нет критических аналитических материалов, что связано, как нам кажется, с тем, что в регионе действительно достаточно стабильная обстановка по сравнению с другими областями страны и нет особого интереса региональных журналистов к проблемам интернационального Севера.

Список использованных источников

1. Черепанова Л. Л. Дискурс региональных СМИ: психолингвистический аспект: Автореф. канд. дис. — Пермь, 2007. — 19 с.

The article describes the sociolinguistic approach to studying of the regional press. At that the press of the Murmansk Region is analyzed, as well as its role in creation of the positive image of the Murmansk Region as a tolerant region.

Key words: regional press, tolerant discourse, sociolinguistic approach.

УДК 001:168

В. Ф. Иванов

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ МЕТОДОЛОГИИ ИЗУЧЕНИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

В статье рассматриваются некоторые вопросы методологии изучения процесса массовой коммуникации.

Ключевые слова: массовая коммуникация, методология, масс-медиа.

Сначала нужно разобраться в самом термине «методология». Невзирая на то, что этот термин употребляется уже достаточно давно, окончательно его содержание еще не определено. Большинство западных исследователей вкладывают в это понятие исключительно утилитарное содержание. Так, в «Словаре из социальных исследований», изданном за редакцией П. Лазарсфельда и М. Розенберга, методология «означает, что конкретные исследования тщательным образом анализируются со стороны использованной ими техники, сделанных предвидений и форм их организации. В этом значении методологический анализ создает основу для будущего развития философии социальных наук» [64, с. 4]. Подобных взглядов придерживаются Г. Беккер и А. Босков: «Методологию можно определить как принципы организации и исследования, нормы, с помощью которых избираются и оформляются процедура и техника» [5, с. 218]. Этот подход верно отметила Г.М. Андреева: «Для современных социологов-эмпириков является характерной сведение методологии к методике, к простой совокупности технических приемов» [2, с. 21]. Позже такие тенденции стали проявляться и у отечественных исследователей. Так, в «Социологическом справочнике» под методологией исследования принималась «стратегия научного поиска, которая опирается на осознание заданий, метода или методов его проведения, программных установок, ценностных характеристик, нормативов и регуляторов теории предметной отрасли, которая изучается... Методология включает методы, методiku и технику исследования» [56, с. 198]. Для советских исследователей, в основном, присущим было утверждение о более широком понимании методологии познания. Г.М. Андреева считала, что «методология вообще и есть философским методом осмысления действительности» [2, с. 21], «применения методов мировоззрения к процессу познания» [3, с. 181], В.А. Ядов писал, что «методологией называют систему принципов научного анализа исследования» [62, с. 24], Д.Ф. Козлов и В.К. Липинский дали еще более краткое определение: «Методология – это философское учение о методе» [26, с. 28]. Подобный подход у Е.П. Прохорова: «Методология представляет собой учение о сущности, системе и способах применения методов, которое используется в той или иной сфере деятельности и обеспечивает полноту и решение заданий, которые стоят перед этой сферой» [46, с. 8]. Как видим, все эти определения имеют противоречивый характер, хотя среди них есть и кое-что общее.

Выделяют еще понятие метода как пути научного познания. В основном, под ним понимают «разработанный в науке способ познания действительности» [25, с. 21] или «путь познания, который прокладывается на основе совокупности ранее полученных знаний (принципов)» [41, с. 4]. «Философская энциклопедия» определяла метод как «форму практического и теоретического освоения действительности, которая исходит из закономерностей движения изучаемого объекта» [58, т. 3, с. 409]. Авторы «Словаря-справочника по социологии» считают, что социологический метод – это «сборное понятие, характеризующее онтологические и методологические установки социолога, которые реализуются в процессе социологического исследования и ведут к расширению и углублению сферы социологического знания» [17, с. 267].

По их мнению, социологический метод состоит из нескольких элементов: «области применения; процедуры применения метода; инструментария (если он есть); критериев оценки правильности применения метода и достоверности полученных результатов» [17, с. 270]. Есть еще несколько подходов к определению понятия «метод». Научным методом считают «некоторую внутреннюю закономерность движения человеческого мышления, которое взято как субъективное отражение объективного мира и сознательно, планомерно используется в качестве орудий объяснения и изменения мира» [42, с. 498] «своеобразный аналог законов существования, который выражает диалектико-противоречивые отношения субъекта и объекта в процессе общественно-исторической

практики. Подобно орудиям труда, метод представляет собой, с одной стороны, продукт, с другой, средство активной целесообразной человеческой деятельности» [33, с. 22]. Существует также взгляд на метод, как на «определенный путь, способ, прием решения любого задания теоретического, практического, познавательного, педагогического, бытового характера» [1, с. 227]. Или как на «регулятивные нормы или правила, в соответствии с которыми можно автоматически действовать» [48, с. 466].

М.В. Мостепаненко рассматривает взаимосвязь между методом и методологией: «Метод – путь познания, который опирается на некоторую совокупность полученных ранее общих знаний (принципов)... Методология – учение о методах и принципах познания. Поскольку метод связан с предыдущими знаниями, методология, конечно, разделяется на две части: учение об исходных основах (принципы) познания и учения о способах и приемах исследования, которое опирается на эти основы» [38, с. 18].

Некоторые ученые, например, Р.Декарт, метод определяют как систему соблюдения определенных правил: «Под методом... я понимаю точные и простые правила, строгое соблюдение которых всегда препятствует принятию лживого за истинное и без чрезмерной траты умственных сил, но постепенно и непрерывно увеличивая знание, способствует потому, что ум достигает истинного познания всего, что ему доступно» [19, с. 89]. Близкое к этому определение из «Практикума из прикладной социологии»: «Метод – это способ действий, который сложился в практической деятельности» [45, с. 4]. Там ученые различают такие группы методов: прикладных социологических исследований; социальной ориентации; социального проектирования; обучения. В методе выделяется три группы элементов: нормативная, инструментальная и процедурная. Средством ориентации в методе являются нормы. Содержание метода – это его процедуры [45, с. 5-8].

Близкий к этому и такой взгляд: «Метод... – это совокупность принципов, которых нужно придерживаться для получения нового знания о существующей действительности» [35, с. 8]. Выделяют такие основные методы сбора первичных данных: опрос, наблюдение, исследование содержания документов, эксперимента [14, с. 15-19; 40, с. 17-19; 49]. Развитие метода не является самоцелью. Оно служит решению научных заданий и именно при этом происходит процесс его совершенствования [37, с. 5]. Есть разные рассуждения и о роли метода, включая иронические. Например, Дж.Бернал писал, что «изучение научного метода идет значительно медленнее, чем развитие самой науки. Ученые сначала находят что-то, а затем уже – как правило, безрезультатно – рассуждают о способах, которыми это было открыто» [7, с. 21].

В.Г. Гречихин так построил ряд «метод-методика-техника-процедура»: «Метод... – это способ построения и обоснования системы знания. Методика социологического исследования – это сумма частных приемов, которая позволяет применить тот или иной метод к данной специфической предметной области с целью накопления и систематизации эмпирического материала. Техника социологического исследования – это совокупность специальных приемов, цель которых – наиболее рациональное использование того или другого метода... Процедура социологического исследования – это последовательность всех познавательных и организационных действий, способ организации исследования» [18, с. 31].

Е.П. Прохоров выделил два метода – изучения и изложения. Метод изучения, с его точки зрения «это система приемов познания явлений действительности, при применении которых публицист приходит к пониманию явлений, которые рассматриваются, в сущностных чертах и свойствах, раскрывает его природу, закономерные черты его функционирования и развития, связи и отношения с другими явлениями... Метод изложения – это система приемов представления аудитории материала, который получен в ходе познания» [46, с. 9]. Другая исследовательница журналистики, Г.В. Лазутина определяла метод как «систему научнообоснованных действий, направленных на решение определенных заданий» [31, с. 41].

Отдельно нужно сказать о методике и технике исследований. Они не являются «автономною сферой научной деятельности» [15, с. 6], и их выбор зависит от цели, глубины разработки, ресурсов исследования. Методику, как правило, определяют, как совокупность приемов [30, с. 11; 28; 24, с. 13-14] или еще более точно «совокупность приемов и средств, с помощью которых осуществляется данная работа, в т.ч. процесс познания» [34, с. 75]. В словарях указывается, что методика – это «средство адаптации общих теоретических и методологических принципов социологического исследования к уникальным особенностям конкретной исследовательской ситуации...» [32, с. 163]. Или как «применение метода к конкретному вопросу исследования» [25, с. 21]. Задание методики – «разработка некоторого алгоритма исследовательской деятельности в конкретных условиях, с определенным объектом, с использованием обусловленной системы средств и тому подобное» [22, с. 15-16]. Она должна отвечать набору правил: 1. Результат, достигнутый при анализе, может быть воспроизведен другим исследователем. 2. Все исходные данные, предположения и оценки представляются в наглядной форме и доступны для проверки. 3. Правила должны быть достаточно надежные и с большей достоверностью обеспечивать получение результата. 4. Правила должны быть экономными, способными давать результат с наименьшими расходами средств и времени» [21, с. 132]. Болгарский исследователь Н.Стефанов разделяет методику и технику таким образом: «Если методика представляет систему правил, которые регулируют порядок, то есть очередность и последовательность осуществления соответствующих операций и применения того или иного технического приема, то техника – это совокупность самих приемов, с помощью которых проводится исследование» [57, с. 148]. А Дж. Маккини писал, что «техника отличается от процедуры как специальная операция установления фактов или манипулирования с ними, которая выделена из основной процедуры» [5, с. 219].

Выделяют еще понятия техники как «совокупности операций по установлению фактов и манипуляции ими», процедуры, как «общей формы или системы действий при исследовании» [2, с. 15], измерение, как «процедура приписывания чисел значению признака» [43, с. 9]. Если говорить об общих научных принципах сбора информации, то к ним, как правило, относят: «а) правильное понимание специфики социальной информации, б) научный подход к источникам информации, в) системный характер сбора, г) выражение социальной информации в показателях и индикаторах» [36, с. 130].

При рассмотрении основных теорий массовой коммуникации необходимо подчеркнуть, что имеются в виду именно теории среднего уровня, а не «рабочее обозначение набора эмпирических знаний и экспериментальных данных и гипотез, которые в большинстве случаев не проверены и не создают систему» [47, с. 287], или «набор идей различного статуса и происхождения, которые могут объяснить или интерпретировать любое явление» [65, с. 4; по 4, с. 7]. Приступая к анализу разнообразных теорий массовой коммуникации, нужно сразу согласиться с замечанием Ю.А.Сорокина: «Основные понятия теории массовой коммуникации остаются плохо определенными и многозначными» [55, с. 49].

Если говорить о методологии как о сложной системе теорий, то нужно разделить два вида теорий. Это, во-первых, когнитивные или метатеории о тех или других аспектах познавательного процесса в науке. Эти теории составляют гносеологическое направление в методологии конкретной науки. Во-вторых, теории об объектах, которые не входят в процесс человеческого познания. Это онтологическое направление в методологии.

Значение методологии заключается в том, что она дает общее направление проведения конкретного исследования, является его теоретической основой. От методологии во многом зависит успех исследования. Дело в том, что ошибочная методология может направить исследование в неверном направлении, и тогда ни одна методика не поможет стать на верный путь. Хотя здесь, конечно, нельзя согласиться с теми, кто считает методологию простой «совокупностью тех общих принципов и методов, которые используются в научном исследовании в той или иной отрасли науки, независимо от того, насколько точно они сформулированы, и сформулированы ли вообще» [16, с. 10]. Следует сразу же подчеркнуть, что мы не будем сводить методологию к каким-то конкретным методикам, как это принято на Западе, а отводим ей самостоятельную и важную роль.

Для правильного определения понятия «методология» большое значение имеет разграничение методологии и теории методологии.

В данном случае отличие очень большое. Если метод являет собой аналог, то есть отражение предмета, то теория метода выясняет сущность и специфику определенных методов, границы и возможности его приложения и тому подобное. Для определения предмета теории методологии социологии массовой коммуникации нужно ответить на три вопроса: что это за теории, которые составляют методологию социологии; каким образом организуются принципы методологии; какой путь для самого эффективного практического использования методологии в процессе научного исследования. Другими словами, здесь несколько закономерностей. Закономерности, которые определяют содержание методологии, закономерности построения методологии как системы и закономерности практического ее использования. Так сложилось, что теория методологии решает, прежде всего, вопрос содержания методологии. Вообще, методологию можно разделить на общую (занимается общими методами научной работы) и конкретную (рассматривает особенности отдельных наук) [29, с. 610]. Другие ученые предлагают деление методологии на общую (для всех общественных наук), частную (для разных типов научных знаний) и специальную (для отдельных наук) [57, с. 139-162].

Российская ученая Н.Н.Богомолова выделяет медиацентрированные и человекоцентрированные теории в массовой коммуникации. При этом в медиацентрированных теориях исследуются в основном социальные функции массовой коммуникации, а в человекоцентрированных – аудитория, реципиенты массовой коммуникации [8, с. 29; по 51, с. 16].

Другая российская исследовательница В.П. Конечкая попыталась выделить основные проблемы массовой коммуникации: 1) обоснование ее сущности и функций; 2) механизм обратной связи; 3) моделирование массовой коммуникации; 4) роль социологических доминант; 5) влияние массовой коммуникации на социальную нормативность речи; 6) специфика основных каналов массовой коммуникации [27, с. 217; по 61, с. 21].

В теории массовой коммуникации часто используется термин «парадигма». Под ним понимается «комплекс теоретических принципов, принятых в качестве модели, образца для классификации исследуемых средств, форм и систем информационных связей» [23, с. 159-160]. Интересно сравнить его с определением теории, как ряда взаимосвязанных утверждений, позволяющих систематизировать знания, объяснить и предвидеть явления социальной жизни и поколение новых исследовательских гипотез [63; по 50, с. 17] или как высшей, самой развитой формой организации научного знания, дающая целостное представление о закономерностях и связях определенной области действительности [59, с. 676; по 4, с. 7]. Российская исследовательница Л.М.Землянова выделяет парадигмы аутопойезиса (информация рассматривается как процесс самопроизводства в эко- и ноосферах, а коммуникация как важнейшая стабилизирующая сила, которая, с одной стороны, является неотъемлемой частью социальной организации, а с другой, ее создает), контроля (традиционная концепция, предусматривающая манипулятивное управление сознанием со стороны масс-медиа), открытой системы (рассматриваются атрибуты аудиовизуальных медиа, такие как интерактивность, трансактивность, эволюционность, ориентация на процессы развития электронной устности и восприятие новаторских тенденций), сетевой конвергенции (коммуникационные процессы рассматриваются как серии конвергирующихся циклов информационных обменов,

участники которых стремятся к взаимопониманию и согласию). Выделяются также парадоксы коммуникаций и разнообразия. Первый заключается в возможности некоммуникабельности коммуникаций. То есть общество состоит из множества самостоятельных систем со своими жизненными импульсами и информационными связями (в экономике – жажда обогащения, в политике – власти). Моральные узы при этом пропадают, а коммуникации становятся некоммуникабельными. Второй парадокс представляет один из возможных результатов информационной революции. С развитием информационной индустрии и увеличением объема информации ее качественное разнообразие может снизиться. Также выделяется парадокс: глобализация создает локализацию. Он состоит в том, что чрезмерная глобализация создает препятствия к получению сведений о непосредственном месте обитания личности. Это ведет к стремлению подчинить медиа интересам местных общин и культур. К этому парадоксу примыкает теория открытия и закрытия, которая возникла в результате влияния и оперирует терминами информатики. Закрытыми тут считаются замкнутые этнические и религиозные сообщества, для которых характерно осторожное отношение к медиа и новым информационным технологиям. Открытыми считаются общественные формации активно воспринимающие новую информацию, несмотря на опасность информационных перегрузок и возможностью возникновения кризисных ситуаций [23, с. 160, 228-229].

Вообще, чуть ли ни каждый исследователь коммуникаций пробует составить собственные теории развития и функционирования массовой коммуникации. Причина тут, по-видимому, и в научных амбициях, и в слабой исследованности вопроса. Однако существует больше сотни теорий, которые выдержали проверку временем и представляют объяснение функционирования различных составляющих процесса массовой коммуникации (американский ученый Андерсон только при анализе семи учебников по теории коммуникации насчитал 249 теорий [12]). То есть единой теории массовой коммуникации не существует, и в ближайшее время вряд ли появится комплекс научных знаний, позволяющих достаточно полно объяснять и позволять прогнозировать развитие и функционирование такого сложного процесса как массовая коммуникация.

В целом, в общих чертах повторяется история с развитием социологии. Часть исследователей придерживаются в своих теоретических изысканиях принципов и методов, характерных для точных наук. Множество не только теоретических положений, но и терминов заимствуются из физики, химии, биологии. Другая часть исследователей считают, что массовая коммуникация как часть общественной деятельности не позволяет буквально следовать за точными науками и пробует открыть новые закономерности, опираясь на это.

При этом с возникновением новых явлений в области медиа немедленно появляются теории, которые могут их объяснить. Чаще всего позже они уступают место иным теориям, которые лучше интерпретируют те или иные тенденции и явления.

Если смотреть на историю развития коммуникации, то принято выделять три революции. Первая связана с появлением и развитием письменности. Хотя часть ученых считают, что она произошла около 40 тыс. лет назад и связана с развитием языка как основного средства общения людей. Вторая – это по меткому выражению Г.М.МакЛюэна, революция Гутенберга. То есть использование печатного станка для тиражирования информации. Третья – появление электронных медиа. При этом, по мнению структуралистов, первая революция создала письменные символы, вторая – трансформировала их в печатные, а третья – в электронные. В Новом времени выделяют также модернистский и постмодернистский циклы развития медиа (в основном это характерно для сторонников социологического направления). Для модернистского этапа, начавшегося в конце XIX в. характерен центростремительный характер, приведший к созданию общенациональных медиа. Постмодернистский этап (со второй половины XX в.) характеризуется центробежными силами, т.е. под влиянием глобализации преобладают не национальные, а общепланетарные интересы. Конфликт при этом переходит от пространственной к временной сфере (конфликт поколений). Также характерным для этого периода представляется гомогенизация вкусов [23, с. 130-131, 162, 239].

Российский ученый Г.П.Бакулев понимает под теорией «прежде всего средство обобщения..., набор взаимосвязанных конструкций (концепций), определений и гипотез, создающих упорядоченную картину явлений через уточнение отношений между переменными» [4, с. 31]. При этом он выделял нормативные, общественно научные, функциональные и здравого смысла теории.

Швейцарские ученые Г.Бонфаделли и В.Геттеншвилер считали, что в социальных науках, в отличие от естественных, нет общепризнанных методологических подходов. Они разделили три основных направления развития: 1) марксистская или историко-диалектическая система ориентируется, по мысли исследователей, на узкое соотношение теория-практика, что ведет к отсутствию нейтральности и объективности социальной науки; 2) феноменология и герменевтика особое внимание уделяют принципиальной разнице в предмете социальной науки: личности и обществе, что касается медиа, то тут существуют интересные исследования их содержания как культурного продукта; 3) эмпирически-аналитический подход к социальным наукам присущий, прежде всего, американским исследователям и характеризующийся во многом общими подходами к изучению природы и общества [10, с. 255-257]. В последнем случае явно имелся в виду неопозитивизм. Действительно, в социологии и других социальных науках уже на новом уровне продолжается дискуссия между наследниками феноменологической и позитивной школы.

Необходимо согласиться с тем взглядом, что собственно коммуникационные теории возникли как реакция на вызовы времени. «Ее (теории коммуникации) возникновение было связано с необходимостью рефлексии по поводу собственной деятельности представителями средств массовой коммуникации в условиях «информацион-

ного взрыва», что обусловило преобладание в этой сфере знания журналистов и лингвистов, а также выбор в качестве теоретического обоснования общенаучных принципов информационного подхода» [13, с. 348]. Конечно, не стоит преувеличивать значение чисто гуманитарного подхода к теории коммуникации. Она была и остается порождением кибернетического подхода к исследованию общественных явлений. Не случайно многие модели массовой коммуникации явно ведут свое происхождение от исследования линий связи.

Были в истории теории коммуникаций попытки создания единой теории. Ф.И. Шарков писал, что «первый объединительный подход к рассмотрению теории коммуникации базируется на классической позитивистской методологии субъектно-объектных диспозиций. Он представлен концепциями структурного функционализма (Г. Спенсер, Т. Парсонс, Р. Мертон); системного подхода (Ч. Дарвин, К. Маркс, Н. Луман, отеч. – Афанасьев В.Г., Гвишиани Д.М.); информационного общества (Д. Белл, Н. Луман, М. МакЛюэн, Д. Масунда, М. Понятовский, П. Серван-Шрайбер, А. Тоффлер, А. Турен, Ю. Хабермас, М. Хоркхаймер); технологического детерминизма (Т. Веблен, Д. Белл; отеч. – Кравченко С.А., Титаренко Л.Г.); компьютерной футурологии (А. Тоффлер, Э. Шумахер, С. Мендловиц, Р. Фолк, Г. Гендерсон; отеч. – Араб-оглы Э.А., Бестужев-Лада И.В.) и др. Онтология социальных коммуникаций в данном подходе основывается на системных связях и функциях. Коммуникативные технологии ставят задачу сконструировать желаемые образ определенного субъекта и социальные связи в системе. В управленческом аспекте данный подход можно сравнить с принципом классической кибернетики, который предполагает жесткий контроль за поведением системы, при котором исключаются все ненужные взаимосвязи» [60, с. 167]. Конечно, подобное объединение страдает эклектичностью (как, впрочем, и само определение теории коммуникации: «система основных идей в коммуникативистике, дающая целостное представление о тех или иных закономерностях или существенных взаимосвязях» [60, с. 215]). Необходимо согласиться с мнением, что «никакой «теории коммуникации» путем суммирования знаний, накопленных в разных научных дисциплинах, вырастить нельзя. «Теория коммуникации» не может состоять из разделов, заимствованных из антропологии, искусствознания, педагогики и т. д. Чтобы познать сущность и структуру универсума социальной коммуникации в целом, требуется не суммирование, а обобщение знания, добытого антропологией, искусствознанием, педагогией, историей и т. д. Такое обобщение, т. е. получение нового знания путем критического анализа, сопоставления, оценки, систематизации частных фактов и концепций, свойственно не теории, а метатеории, или обобщающей теории» [52].

Удачно определил состояние теории коммуникаций К. Розенгрэн «область коммуникации выглядит так, как будто разделена на несколько изолированных лягушачьих прудов. Между ними не слышно дружеского кваканья, очень мало продуктивного общения, мало случаев успешного перекрестного оплодотворения» [66; по 12]. Таким образом, на сегодняшний день еще нет достаточных предпосылок для создания целостной теории коммуникации.

Теория коммуникации играет выдающуюся роль в современной жизни. Она позволяет объяснить процессы массовой коммуникации, которая приобрела особое значение в процессе глобализации (собственно глобализация не могла бы осуществляться без массовой коммуникации).

Под вопросом остается название и предмет самой науки о коммуникациях. По мнению Д.П. Гавры, она должна включать: общую теорию коммуникации, межличностную и деловую коммуникации, теорию массовой коммуникации, теорию организационной коммуникации, коммуникационный менеджмент, историю коммуникаций, методы коммуникационных исследований, теорию кросс-культурных коммуникаций, теорию вербальной и визуальной коммуникации, политическую экономию и экономию коммуникаций, коммуникативные исследования, международные и глобальные коммуникации, теорию виртуальных коммуникаций и т.д. М.А. Василик предлагает называть науку о коммуникациях коммуникалогией (хотя сам термин появился еще в начале 1980 гг. в книге Э. Уитмора «Медиаамерика. Форма, содержание и влияние массовых коммуникаций» [по 53, с. 94]), определить ее как науку о месте и роли коммуникаций в обществе, о коммуникационных системах, структурах и процессах, закономерностях их развития и функционирования. Центральными проблемами этой науки, по мнению российского ученого должны быть объяснение коммуникативной природы социальной реальности; определение механизма коммуникативных связей, коммуникативного взаимодействия в различных коммуникативных системах, структурах и процессах; уяснение сущности «коммуникативных систем», механизма и закономерностей их самоорганизации, упорядочения и эволюции; проблема структурирования коммуникативных систем в обществе; определение места и роли коммуникации в обществе; определение и характеристика основных этапов развития коммуникаций; концептуальные подходы, основные теории и модели коммуникаций; формы, уровни и виды коммуникаций и др. [12].

Истоки теории массовой коммуникации попробовал проследить В.М. Березин. По его мнению, она вызревала в философии Аристотеля, Д. Локка, Т. Гоббса, социологии и психологии Г. Тарда, Г. Лебона, Л.С. Выготского, Т. Адорно, Г. Лассуэлла, Г. Маркузе, М. Хоркхаймера, П. Лазарфельда, Р. Мертона, Ю. Хабермаса, С. Московичи, А. Менегетти, теории информации и кибернетики Н. Винера, К. Шеннона, С. Бира, культурологии и эстетики восприятия М. Бахтина, А. Моля, Ю. Лотмана, теории журналистики. Особо подчеркивал исследователь роль философии Т. Гоббса, который рассматривал познание и мышление как процесс коммуникации по преимуществу. Т. Гоббс выделял «метки», т.е. объекты, которые являются материальными формами реализации духовного (напр., слово). Также Т. Гоббс ввел понятие «знака», который делает информацию доступной и полезной не

только определенному индивидууму, а и всему обществу. В.М. Березин выделяет два историко-концептуальных подхода к понятию теории массовой коммуникации. Первый идет от изучения общения первобытных людей через обусловленные производственными потребностями развитие коммуникационных средств. Вторым обусловлен изучением феномена наращивания коммуникации. Особое внимание тут уделяется понятию «публика» [6, с. 18-22].

Также исследовалась и роль Г. Тарда, одного из первых социологов, который исследовал коммуникационные процессы (на звание первого претендует и немецкий социолог М. Вебер, который в 1910 г. выдвинул целостную программу изучения прессы). Он объяснял происхождение общества развитием социально-коммуникационной деятельности в форме подражания. То есть сначала новаторы совершают открытия, а потом другие люди подражают новаторам и утверждаются новые орудия, отношения, социальные институты. В социальной психологии много для исследования коммуникационных процессов сделали основатели символического интеракционизма Дж. Мид и Г. Блумер, которые изучали взаимодействие посредством символов, т.е. вербальными и невербальными действиями обладающими определенным смыслом. Благодаря символической интеракции люди обменивались знаниями, духовными ценностями, образцами поведения, осуществляли функции управления. Коммуникационную деятельность исследовал и П.А. Сорокин, который считал, что «Взаимодействие людей по своей природе есть прежде всего взаимодействие психическое, – обмен чувствами, идеями, волевыми импульсами» [54, с. 16; по 52].

Американские ученые выделяют четыре рамочные теории коммуникации и две базовые модели убеждения. Теории коммуникации включают в себя структурный функционализм (структура общества обеспечивает его стабильность, формы передачи информации зависят от общества и способствуют его равновесию); теория эволюции (общественные изменения обусловлены законами природы и массовая коммуникация развивается отвечая на потребность в ней аудитории благодаря развитию технологий); общественный конфликт (общество развивается благодаря борьбе между группами с конкурирующими целями, масс-медиа являются активными участниками этой борьбы); теория инструментализма (масс-медиа создают картинку действительности исходя из ограниченного количества источников, поэтому общество и личность создают собственные картинки действительности). Моделями убеждения является социокультурная парадигма (интерпретация социальных и культурных переменных, которые дают личности возможность представлять реальность) и психодинамическая модель (предусматривает, что эффективное сообщение приводит к адекватным действиям личности) [39, с. 250-251].

Занимались проблемами методологии массовой коммуникации и советские ученые. Так, Ю.П. Буданцев критиковал позиции западных коллег, прежде всего Г.М. МакЛюэна за техницизм и недооценку живых, естественных средств коммуникации. В качестве методологии изучения массовой коммуникации он выдвинул системный, конкретно-исторический подход. Его основным положением является то, что возникновение и развитие средств массовой коммуникации синхронно развитию общества, причем определяющим является именно общественное развитие. Массовую коммуникацию Ю.П. Буданцев понимал как широкое поле общения при помощи естественных средств (их он делил в зависимости от типа общественно-политической формации), а на последнем этапе и технических средств. Развитие массовой коммуникации неотделимо от раскрепощения чело-веческих «сущностных сил» [11; 6, с. 22-23].

Известный украинский ученый Г.Г. Почепцов условно разделил науки, которые занимаются коммуникацией на пять подходов: традиционный, общетеоретический, прикладной, филологический, а также психологический и социологический подходы. К традиционному направлению относятся науки, которые давно разрабатывают тему коммуникаций. Это герменевтика, которая занимается пониманием текста, его правильной интерпретацией; гомилетика, объединяющая теологию и коммуникацию; риторика как искусство влияния при помощи говорения, философия и логика; теория аргументации. Общетеоретический подход представлен теорией коммуникации, объединяющей концепции, базирующиеся на рассмотрении общих вопросов коммуникации; теория массовой коммуникации; семиотика, которая занимается знаковым аспектом коммуникации. Прикладной подход олицетворяет психоанализ, при помощи коммуникации дающий возможность выяснить подсознательное; теория перформанса; деловая коммуникация; теория информации (математическая); теория коммуникативных обменов (Г.Г. Почепцов предложил это название, чтобы объединить рассмотрение разных типов обмена информацией). Филологический подход представляет лингвистика, изучающая формы, в которые оформляется коммуникация; семантика, изучающая значение языковых единиц; социолингвистика, которая исследует соотношение социальных и языковых структур; психолингвистика, занимающаяся поисками эквивалентов коммуникационных процессов в психике; паралингвистика, изучающая процессы, которые сопровождают коммуникацию и прагматика [44, с. 31-40].

С.В. Бориснёв предложил свою типологию теорий массовой коммуникации. По его мнению, ее изучение проводилось в трех аспектах: теоретическом, прагматическом и экспериментально-прикладном. Теории поделены на три группы. К первой, в которой коммуникация понимается как политический контроль, выражение концентрации политической власти, относятся две подгруппы. Теории первой подгруппы рассматривают материально-экономические факторы. К ним относятся теория массового общества или теория массового отвлечения с ее положением о взаимодействии авторитарных и властных институтов общества, и масс-медиа интегрированных в эти структуры; политико-экономическая теория Г. Мердока и П. Голдинга с марксистскими положениями об

экономических и политических факторах, влияющих на медиа; критическая теория М. Хоркхаймера, Г. Маркузе, Т. Адорно, представляющая неомарксистский подход. Вторая подгруппа, в которой доминирует идеологический подход, представлена теориями гегемонии масс-медиа Н. Пулантаза и Л. Альтюссера и советской социологической школой в области массовой коммуникации. Во второй группе теорий собраны концепции, построенные на базе структурного функционализма. Медиа тут рассматриваются как самоконтролирующая и самоорганизующая подсистема, которая функционирует по определенным правилам. В третьей группе представлен социокультурный подход. Это поздняя Франкфуртская школа с Т. Адорно и Г. Энциенсбергером, Бирмингемская школа (С.Холл), теоретические взгляды Г. МакЛюэна и А.Моля. В отдельную группу выделены теории информационного общества Д.Белла и других, а также социопсихология (А.У. Хараш), которая занималась проблемой обратной связи [9, с. 23-28].

Вообще, теория массовой коммуникации понималась как составная часть гносеологии, а ее направления – смежными и взаимопроникающими с социологией, культурологией, журналистикой, историей, философией, психологией, лингвистикой, кибернетикой, информатикой. Сама теория активно использовала научный аппарат и методологию этих наук. В.М. Березин отмечал три «камня преткновения» на пути становления теории массовой коммуникации в России. Это 1) вопрос, откуда вести теорию масс-медиа: от первобытности (экстраполяция) или книгопечатания (интраполяция). 2) Споры идут вокруг вопроса, что является общим, а что особенным – коммуникация или информация. 3) Актуальным остается вопрос, должна ли теория массовой коммуникации вобрать в себя теорию журналистики [6, с. 35-36]. Как еще одну иллюстрацию к последнему положению, можно привести взгляд белорусского исследователя Е.И. Дмитриева, который искусственно разделяет социологию массовой коммуникации и социологию журналистики и считает их «абсолютно самостоятельными теориями среднего уровня» [20, с. 10]. По-видимому, эти проблемы связаны с долгим разрывом между исследованиями в СССР и на Западе в области гуманитарных наук. К сожалению, в СССР этот процесс был полностью идеологизирован, что помешало прагматическим исследованиям, которые проводились на Западе.

Таким образом, методология – это научная теория, которая служит основой для проведения конкретного исследования. При этом имеются в виду не какие-то узкие положения, а теории среднего уровня, которые презентуют достаточно общие взгляды на объект исследования в целом, связи в этом объекте и закономерности его функционирования.

Список использованных источников

1. Андреев И.Д. Теория как форма организации научного знания / И. Д. Андреев. – М.: Аспект-Пресс, 1979.
2. Андреева Г.М. Проблемы методологии эмпирического исследования в современной буржуазной социологии: Автореферат дисс. ... филос. наук. – М., 1965.
3. Андреева Г.М. Современная буржуазная эмпирическая социология: Критический очерк / Г. М. Андреева. – М.: Мысль, 1965.
4. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 176 с.
5. Беккер Г., Босков А. Современная социологическая теория: (В ее преемственности и изменении) / [Пер. с англ. В.М. Корзинкина и Ю.В. Семенова. Об. ред. Д.И. Чеснокова] / Г. Беккер, А. Босков. – М.: Изд-во иностран. лит-ры, 1961.
6. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. – М.: «РИП-холдинг», 2003. – 174 с.
7. Бернал Дж. Наука в истории общества / Дж. Бернал. – М.: Мысль, 1956.
8. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения / Н.Н. Богомолова. – М.: Мысль, 1991. – 127 с.
9. Бориснёв С.В. Социология коммуникации: Учебное пособие для вузов / С.В. Бориснёв. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 270 с.
10. Бофаделлі Г., Геттеншвілер В. Методи дослідження емпіричної публіцистичної науки // Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження / [За ред. Р.Блюма, М.Герольд, В.Іванова, В.Різуна]. – К.: АУП, 2001. – С. 254-285.
11. Буданцев Ю.П. В контексте жизни / Ю. П. Буданцев. – М., 1979.
12. Василик М.А. Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации / М. А. Василик // Актуальные проблемы теории коммуникации: Сборник научных трудов. – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 4-11 http://www.russcomm.ru/rca_biblio/v/vasilik.shtml.
13. Василькова В.В., Демидова И.Д. Социология коммуникаций – дисциплинарный статус и методологические очертания / В.В. Василькова, И.Д. Демидова // Социология и общество. Тез. Перв. Всерос. социол. конгр. «Общество и социология: новые реалии и новые идеи». – СПб.: Изд-во «Скифия», 2000.
14. Волович В.И. Проблема надежности эмпирических данных в социологическом исследовании: Автореферат дисс. ... канд. филос. наук. – К., 1973.
15. Вопросы методики и техники социологических исследований (Методы сбора информации). – М.: ИСИ АН СССР, 1975.

-
16. Ворожцов В.П., Москаленко А.Т. Методологические установки ученого: Природа и функции / В.П. Ворожцов, А.Т. Москаленко. – Новосибирск, 1986.
 17. Голофаств В.Б. Социологический метод / В.Б. Голофаств // Социология: Словарь-справочник. Т. 4. Социологическое исследование: Методы, методика, математика и статистика. – М.: Наука, 1991.
 18. Гречихин В.Г. Лекции по методике и технике социологических исследований: Учеб. пособие / В.Г. Гречихин. – М.: Изд-во МГУ, 1988.
 19. Декарт Р. Избр. произв. / Р. Декарт. – М., 1950.
 20. Дмитриев Е.И. Социология журналистики: Конспект лекций / Е.И. Дмитриев. – Мн.: БГУ, 2001. – 150 с.
 21. Долныкова Р.Н. Методология и методика прогнозирования внешней политики неосоциалистических государств: Опыт системной организации понятий / Р.Н. Долныкова. – М., 1986.
 22. Еркин А.Г. Методика как средство научного познания: Автореферат дисс. ... канд. филос. наук. – Л., 1985.
 23. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций / Л.М. Землянова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. – 301 с.
 24. Зотов И. Структура научного мышления / И. Зотов. – М., 1973.
 25. Ковалев А.Г. Курс лекций по социальной психологии / А.Г. Ковалев. – М.: Изд-во «Высшая школа», 1972.
 26. Козлов Д.Ф., Липинский В.К. Теория и методы социологических исследований на путях перестройки: Проблемные лекции ф-та переподготовки кадров / Моск. ин-т управления им. Серго Орджоникидзе / Д.Ф. Козлов, В.К. Липинский. – М.: МИУ, 1989.
 27. Конечкая В.П. Социология коммуникации: Учебник / В.П. Конечкая. – М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997.
 28. Копнин П.В. Диалектика как логика и теория познания.
 29. Котарбинский Т. Избр. произв. / Т. Котарбинский. – М., 1963.
 30. Кропотков Л.А. Журналистика на путях социологии: Методы социологического исследования в журналистской практике: Учеб. пособие / Л.А. Кропотков. – Свердловск: УГУ, 1976. – 69 с.
 31. Лазутина Г.В. Технология и методика журналистского творчества: Метод. указания к курсу «Теория и практика советской журналистики» для студентов-заочников фак-в и отд-ний журналистики гос. университетов / Г.В. Лазутина. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1988.
 32. Маслова О.М. Методика социологического исследования // Социология: Словарь-справочник. Т. 4. Социологическое исследование: Методы, методика, математика и статистика. – М.: Наука, 1991.
 33. Методика и техника конкретно-социологических исследований. – Вып. 1. – М., 1969.
 34. Методика и техника конкретно-социологических исследований (Методическое пособие) / Под общ. ред. И.Ф.Надольного. – К.: Изд-во Киев. ун-та, 1968.
 35. Методика социологических исследований: Курс лекций / Под ред. А.В.Тихонова. – Л.: Высш. проф. шк., 1975.
 36. Методологические и методические основы социологического исследования: Метод. пособие / Левыкин И.Т., Осипов Г.В., Ионин Л.Г. и др.; Отв. ред. А.А.Росляков и И.Т.Левыкин; АН ТССР. Отд-ние философии и права. – Ашхабад: Ылым, 1985.
 37. Методы современной математики и логики в социологических исследованиях. – М.: ИСИ АН СССР, 1977.
 38. Мостепаненко М.В. Философия и методы научного познания / М.В. Мостепаненко. – Л., 1972.
 39. Ньюсом Д., Тёрк ВанСлайк Д., Крукеберг Д. Всё о PR. Теория и практика публик рилейшнз. – 7-е изд. / Пер. с англ. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт», ИНФРА-М, 2001. – 628 с.
 40. Об'єкт і метод соціологічних досліджень: (Матеріал на допомогу лектору). – К., 1967.
 41. Овсянников В.Г. Методология и методика в прикладном социологическом исследовании / В.Г. Овсянников. – Л.: Изд-во Ленинград. ун-та, 1989.
 42. Павлов Т. Избранные произведения: В 10 т. / Т. Павлов. – Т. 3. – М., 1962.
 43. Паниотто В.И., Максименко В.С. Количественные методы в социологических исследованиях / В.И. Паниотто, В.С. Максименко. – К.: Наукова думка, 1982.
 44. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації / Г.Г. Почепцов. – К: ВПЦ «Київський університет», 1999. – 308 с.
 45. Практикум по прикладной социологии / Под ред. Б.В.Князева, Н.И.Дряклова, В.Я.Нечаева. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987.
 46. Прохоров Е.П. Методологические основы публицистического творчества // Методы журналистского творчества / Под ред. В.М.Горохова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982.
 47. Пруха Я. Теория речевой деятельности и исследования массовой коммуникации / Я. Пруха // Основы теории речевой деятельности. – М., 1974.
 48. Рабочая книга социолога / Отв. ред. Г.В. Осипов. – М.: Наука, 1983.
 49. Рензина И.М. Роль теории в обосновании методов социологического исследования: Автореферат дисс. ... канд. филос. наук. – М.: Изд-во МГУ, 1977. – 24 с.
 50. Ритцер Дж. Современные социологические теории. – 5-е изд. / Дж. Ритцер. – СПб.: Питер, 2002. – 688 с.
 51. Ситников А.П., Гундарин М.В. Победа без победителей: Очерки теории прагматических коммуникаций / А.П. Ситников, М.В. Гундарин. – М.: КГ «ИМИДЖ-Контакт», 2003. – 256 с.
 52. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации / А. В. Соколов. – СПб., 2002 http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=398.
-

53. Соловьев А. Факультет медиавистики БГУ? // Журналістыка – 2005: на скрыжаванні часу і прасторы: Матэрыялы 7-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. – Вып. 7. – Мінск, 2005. – С. 93-95.
54. Сорокин П.А. Система социологии. – Т. 1. Социальная аналитика / П.А. Сорокин. – Л., 1920.
55. Сорокин Ю.А. Психолингвистические аспекты изучения текста / Ю.А. Сорокин. – М., 1985.
56. Социологический справочник / Сост.: В.И. Тарасенко, В.И. Паниотто, А.И. Вишняк; Под общ.ред. В.И. Воловича. – К.: Политиздат Украины, 1990. – 382 с.
57. Стефанов Н. Теория и метод в общественных науках / Пер. с болг. И.С. Морозовой. – М.: Прогресс, 1967.
58. Философская энциклопедия: В 5 т. – М., 1964.
59. Философский энциклопедический словарь. – М.: Политиздат, 1983.
60. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: Учебник для вузов / Ф.И. Шарков. – М.: ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. – 248 с.
61. Шарков Ф.И., Родионов А.А. Социология массовой коммуникации: Учебное пособие. – Ч. 1. Техника и технология сбора и обработки информации. – М.: ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. – 264 с.
62. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы / Отв. ред. В.Н. Иванов. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Наука, 1987.
63. Faia M.A. Dynamic Functionalism: Strategy and Tactics. – Cambridge: Cambridge University Press, 1986.
64. The language of social research: A reader in the methodology of social research / Ed. by P.F.Lazarsfeld & M.Rosenberg. – Glencoe: Free Press, 1962.
65. McQuail D. Mass Communication Theory: An Introduction. – L.: Newbury Park, Beverly Hills, New Delhi, 1987.
66. Rosengren K.E. From field to frog ponds // Journal of communication. – 1993. – 43 (3).

Some questions of methodology of study of process of mass communication are devoted in the article.

Key words: mass communication, methodology, mass-media.

УДК 070 (477)

О. Ю. Квасниця

Львівський національний університет імені Івана Франка

НАУКОВА ЖУРНАЛІСТИКА: ДО ПОСТАНОВКИ ПИТАННЯ

У статті автор дає визначення поняттю «наукова журналістика», з'ясовує її мету та завдання; обґрунтовує доцільність відкриття такої спеціалізації в Україні, а також пропонує ряд заходів, які сприятимуть відновленню діалогу між науковою елітою та суспільством.

Ключові слова: наукова журналістика, наукові експерти, наукова комунікація, наукове інформаційне агентство, науково-популярні видання, імпаکت-фактор.

Живемо в епоху новітніх технологій, в епоху, коли науково-технічний прогрес не просто розширює світоглядні горизонти людини, а й генерує новий антропологічний вид людини: людину техніки. Чи стала ця людина кращою завдяки науково-технічним здобуткам, а чи стала їхнім заручником? Наука й техніка для людини чи людина для техніки? Зовсім не риторичні запитання, які заслуговують на окрему наукову розвідку. Зрештою, що українське суспільство знає про результати діяльності ряду наукових шкіл: чи то біохімія, чи квантова фізика, чи астрофізика? Яким є рівень цих знань? З яких джерел громадськість черпає інформацію про науку? Чи має це інформування системний характер? Перелік запитань можна продовжити, однак це сфера діяльності саме наукової журналістики.

Мета нашої статті – з'ясувати, що таке наукова журналістика та її завдання, хто такі наукові журналісти, чи існує така спеціалізація у фаховій підготовці журналіста в Україні, зрештою, яким є діалог поміж науковою елітою та суспільством: перманентним чи спорадичним?

Наукова журналістика – це галузь журналістики, яка інформує громадськість про наукову проблематику. Це особливий вид комунікації, в тріаді наука – журналістика – суспільство, в якій роль журналіста є особливою, оскільки він забезпечує ретрансляцію і полегшену рецепцію наукових смислів з боку аудиторії, адже інформація наукового характеру є доволі специфічною, переважаною науковою термінологією, викладеною науковим стилем, що вимагає відповідного освітнього рівня. Відтак «мета наукової журналістики полягає в мистецтві передавати наукову інформацію до середньостатистичного споживача в такий спосіб, щоб останній зміг її зрозуміти і осягнути» [7]. Як зазначає американський науковий журналіст Данієл Чарльз, наукова журналістика – це будь-яка журналістика, яка допомагає людям розібратися у чомусь новому – технологіях, процесах, а також у тому, як побудований та функціонує наш світ. Вона розповідає про те, що відбувається навколо нас, як це відбувається і з якої причини. Наукові журналісти, з одного боку, інформують про новини науки і техніки, а з іншого – використовують ці знання, аби пояснити певні повсякденні речі, до яких усі звикли [3]. Отже, науковий журналіст – це експерт у трактуванні наукових здобутків. Це медіум між науковою елітою і суспільством.