НОВЫЕ МЕДИА

Социальная теория и методология исследований

словарь-справочник

Коллектив авторов

Новые медиа. Социальная теория и методология исследований

«Алетейя»

2015

УДК 070
ББК 76.0

Коллектив авторов

Новые медиа. Социальная теория и методология исследований / Коллектив авторов — «Алетейя», 2015

ISBN 978-5-906792-46-4

В книге представлены сведения о ключевых авторах, теориях и методах, которые относятся к научному направлению социальных исследований новых медиа. Форма словаря позволяет получить концентрированную информацию о том, кто и как, с опорой на какие понятия работает сегодня на этой междисциплинарной научной территории. Словарные статьи сопровождаются ссылками на литературу, которая важна для более широкого, уже не справочного знакомства с темой, статьи-персоналии имеют список работ ученого. Словарь предназначен для ученых, преподавателей, студентов, и практиков, занимающихся исследованием новых медиа с позиций социальных и гуманитарных наук.

УДК 070
ББК 76.0

ISBN 978-5-906792-46-4

© Коллектив авторов, 2015
© Алетейя, 2015

Содержание

Предисловие 6
Конец ознакомительного фрагмента. 51

Новые медиа: социальная теория и методология исследований: словарь-справочник

© Коллектив авторов, 2015
© Издательство «Алетейя» (СПб.), 2015

Предисловие

Заправлены в планшеты космические карты…
В. Войнович, слова песни «14 минут до старта», 1961 г.

Предваряя наш словарь лирическим эпиграфом, мы стремимся подчеркнуть масштаб изменений, которые произошли в нашей жизни с развитием цифровых технологий. Нас отделяет полвека от момента написания песни, и понимание строчки со словами «планшеты» и «космические карты» ассоциируется сегодня совсем не с экипировкой космонавта. Если в 1960-е планшет с картой был частью мужественного образа тех, кто свершал полеты за пределами земного неба, и означал специальную папку-сумку, где могли лежать карты «звездных дорог», напечатанные на бумаге (возможно, на какой-то суперпрочной, но все-таки бумаге), то в 2000-е планшет с космическими картами вошел в повседневность, и относятся эти слова к тонкому компьютеру, в память которого загружены карты Земли, сделанные со спутников. Этими картами наши современники постоянно пользуются в совсем ординарных случаях – будь то путешествие в незнакомом городе, поездка в магазин или осмотр окрестностей при поиске нового жилья. В этой повседневности, опосредованной цифровыми устройствами, где каждый человек становится навигатором медийной реальности, перед нами стоит важная задача – осмыслить новые медиа как область исследований и феномен социальной реальности.

Чтобы понять динамику научной области – например социальной теории новых медиа, – можно также обратиться к логике картирования, то есть разработать карту дискурсивной территории, идентифицировать «собеседников», которые участвуют в обсуждении, и реконструировать обмен идеями и понятиями (а возможно, и споры) между учеными. Хотя каждое возникающее исследовательское поле рождает семантический хаос как необходимый этап исследовательского процесса, со временем границы развивающегося научного направления определяются в своем парадигмальном статусе. Во многом это происходит благодаря систематизации авторских теорий и их понятийного аппарата в монографиях, словарях и учебниках. Именно эту цель и преследуют авторы данного словаря-справочника – дать обобщающую картину опыта социогуманитарного знания о новых медиа.

Все средства коммуникации были когда-то «новыми медиа». В первой трети XX столетия развитие радио, в середине – телевидения, а в конце века – интернета инициировали обсуждение не только технологических особенностей этих средств коммуникации, но и социокультурных последствий их распространения. Однако, несмотря на почти столетнюю историю этих дискуссий, по-прежнему непросто говорить о развивающихся теперь уже в XXI веке формах общения. Сегодня все еще сохраняется практика, когда каждый исследователь может принять одну или несколько характеристик, чтобы описать новые медиа. Например, говорят о дигитализации, интерактивности, виртуальности, дисперсии, гипертекстуальности, транскодировании и др. Эта семантическая путаница должна быть прояснена. По нашему мнению, дигитализация, понимаемая как технологическая основа процесса, благодаря которой возможен перевод любого текста в компактную запись, легко передаваемую и связываемую с другими записями такого же формата, – это то, что позволяет создать сети, мультимедиа, коллаборацию и интерактивное общение. Именно такой подход может быть принят за основу для понимания отличий современных новых медиа в сравнении с технологиями коммуникации XX века.

Этот словарь подготовлен в ходе совместного проекта, объединившего интеллектуальные и организационные ресурсы белорусских и российских социологов, занимающихся проблемами социальных коммуникаций. При отборе материала авторы словаря ориентировались на то, чтобы представить общий обзор теорий, авторов и методов, актуальных для сферы новых медиа. Задача дать толкование отдельных понятий, циркулирующих сегодня в междис-

циплинарной области коммуникативистики, авторами словаря не ставилась. Такой ориентир обусловлен тем, что корпус теорий охватывает некоторое «осажденное» знание, знакомство с которым позволяет понять тенденции становления научного направления. Толкование же постоянно разрастающегося тезауруса в зависимости от технологических инноваций позволяет лишь получить краткую справку о каком-либо явлении. Тем не менее ряд важных понятий в словарь вошел. В результате словарь включает:

• статьи, дающие представления о социальных теориях и подходах, сложившихся с 1960-х гг. по настоящее время в изучении новых медиа;

• статьи-персоналии, посвященные отдельным ученым;

• статьи, рассматривающие методы анализа медиатекста;

• статьи о методах исследования интернета и виртуального пространства;

• статьи по ключевым терминам, относящимся к сфере новых медиа.

Работая с теоретическим материалом, раскрывающим медийную тематику, мы не могли не включить в словарь несколько статей, посвященных теориям не новых, но массовых коммуникаций. Это обусловлено преемственностью в развитии медиаисследований и множеством референций в сегодняшних теориях на опыт «отцов-основателей» начала и середины XX века.

Порядок статей дается согласно русскому алфавиту, но включают эквиваленты на английском и белорусском языках. Английские эквиваленты отражают потребности современной социальной науки в глобальном масштабе и облегчают поиск дальнейшей информации. Белорусские – важны для профессиональной аудитории коллег, работающих на этом языке.

Словарь в первую очередь предназначен для ученых, преподавателей и студентов, занимающихся исследованием новых медиа с позиций социальных и гуманитарных наук, но может быть интересен и практикам, реализующим различные проекты в этой сфере. Авторы надеются, что книга станет востребованным путеводителем в области теоретического анализа цифровой культуры, компьютерно-опосредованной коммуникации и интернета.

В словаре приняты следующие условные сокращения: СМИ – средства массовой информации, СМК – средства массовой коммуникации, НМ – новые медиа, ИКТ – информационно-коммуникационные технологии, КОК – компьютерно-опосредованная коммуникация, КПК – карманные персональные компьютеры, МТ – медиатекст.

Аватар
Акторно-сетевая теория
Анализ различий
Анализ фреймов
Антиграмотность

Барлоу Джон Перри
Безмасштабные сети
Бенклер Йохаи
Бернерс-Ли Тим
Богатства медиатеория
Бодри Жан-Луи
Бодрийяр Жан
Больц Норберт
Большие данные
Брэдшоу Пол, модели коммуникации
Буш Вэннивар

Вайсман, Джуди
ван Дейк Тойн А.
Веб 2.0
Винер Норберт
Виральность
Вирильо Поль
Виртуальная реальность
Вульф Кристоф

Герменевтический анализ
Гиллмор Дэн
Гипертекст
Гонтлетт Дэвид

Данбара лимит
Дебре Режи
Дженкинс Генри
Дигитализация
Дискурс новых медиа
Дискурса анализ

Жанровый анализ
Жаргон компьютерный

Игры компьютерные и видео
Измерение интернет-аудитории
Иннис Гарольд Адамс
Интернет-исследования
Интернет-опросы
Интертекстуальный анализ
Инфографика
Информационная война
Информационного общества теории
Исследования интернета
Исследования интернет-сообществ

Кастельс Мануэль
Керкхов Деррик де
Киберпанк
Киттлер Фридрих
Код
Конверсационный анализ
Контент-анализ
Концепт-анализ
Компенсаторной адаптации теория
Краудсорсинг
Креолизованный текст
Кросби Вин, модели коммуникации

Ланир (Ланье) Джарон
Ласкин Бернард
Лассуэлл Гарольд Дуайт
Леви Пьер
Лессиг Лоуренс
Ликлайдер Джозеф
Лингвистика медиатекста
Луман Никлас

Маклюэн Маршалл
Малого мира теория
Манович Лев
Маршалл Дэвид
Массовой коммуникации теории
Медиалект
Медиалогия
Медиатекст
Метц Кристиан
Мобилография
Мобильные опросы
Модели коммуникации
Модель коммуникации Шеннона-Уивера
Молтроп Стюарт
Морозов Евгений
Мониторинг социальных медиа
Мюррей Дженет

Нарративный анализ
Нереактивные методы сбора данных в интернете
Нильсен Якоб
Новых медиа теория

Обработки социальной информации теория
Онлайн-оценка телепередач
О'Райли Тим

Посредников коммуникации теория
Правило 90–9–1
Принцип шести рукопожатий
Присутствия теория
Проникновение интернета
Просьюмер
Психоанализ медиатекста
Психолингвистика медиатекста
Расширения канала теория
Ратлидж Памела
Рашкофф Дуглас
Рейнгольд Говард
Риторический анализ

Семиотический анализ
Сетевая нейтральность
Сетевой индивидуализм
Сетевые жанры
Сетература
Синхронности медиа теория
Социального влияния теория
Социальные медиа
Социальных сетей теория
Социолингвистика медиатекста
Стиль
Столлман, Ричард

Тактические медиа
Текл Шерри
Текстологический анализ
Тьюринг Алан
Тэггинг

Уивер Уоррен
Укорененность
Управление интернетом

Феноменология медиатекста
Флюссер Вилем
Фокус-группа
Фонетическое письмо
Формат
Фрейм
Функциональная прагматика

Хакинг, крэкинг, фрикинг
Хактивизм
Харауэй Донна

Хуберман Бернардо

Цифровая эра
Цифровое искусство и анимация
Цифровой разрыв
Шеннон Клод Эльвуд
Ширки Клэй

Электронное письмо
Энгельбарт Дуглас Карл
Эрратив

Язык новых медиа

Actor-network theory
Analysis of differences
Anti-literacy
Avatar

Barlow John Perry
Baudrillard Jean
Baudry Jean-Louis
Benkler Yochai
Berners-Lee Timothy John, Sir
Big data
Bolz Norbert
Bradshow's Paul communication models
Bush Vannevar

Castells Manuel
Channel expansion theory
Code
Compensatory adaptation theory
Computer jargon
Concept analysis
Content analysis
Conversation analysis
Creole text
Crosbie's Vin Communication models
Crowdsourcing
Cyberpunk

Debray Regis
Digital age
Digital art and animation
Digital divide
Digitalization
Discourse analysis
Dunbar's limit

Electronic writing
Embeddedness
Engelbart Douglas Carl
Errative

Flusser Vilem
Focus group
Format
Frame
Frame analysis
Functional pragmatics

Games, computer and video
Gauntlett David
Genre analysis
Gillmor Dan

Hacking, cracking, and phreaking
Hacktivism
Haraway Donna
Hermeneutic analysis
Huberman Bernardo A.
Hypertext

Infographics
Information society theories
Information war

Innis Harold Adams
Internet audience measuring
Internet communities Research
Internet governance
Internet penetration
Internet research
Internet Survey
Intertextual analysis

Jenkins Henry

Kerckhove Derrick de
Kittler Friedrich

Lanier Jaron
Lasswell Harold Dwight
Lessig Lawrence
Lévy Pierre
Licklider J. C. R.
Linguistics of mediatexts
Luhmann Niklas
Luskin Bernard

Manovich Lev
Marshall David
Mass communication theories
McLuhan Marshall
Media richness theory
Medialect
Medialogy / Mediology
Mediatext
Medium theory
Metz Christian
Mobile Surveys
Mobilography
Models of communication
Morozov Evgeny
Moulthrop Stuart
Murray Janet H.
Narrative analysis
Net neutrality
Net-genres
Netrature
Networked individualism
New media discourse
New media language
New media theory
Nielsen Jakob
Nonreactive data collection on the Internet

O'Reilly Tim
Online estimates of telecasts
Online Survey

Phenomenology of mediatexts
Phonetic writing
Presence theory
Prosumer
Psychoanalysis of mediatexts
Psycholinguistics of mediatexts

Rheingold Howard
Rhetoric analysis
Rule 90–9–1
Rushkoff Douglas
Rutledge Pamela

Scale-free networks
Semiotic analysis
Shannon Claude Elwood
Shannon-Weaver model of Communication
Shirky Clay
Six degrees of separation
Small world theory
Social influence theory
Social information processing theory
Social media

Social media monitoring
Social network theory
Sociolinguistics of mediatexts
Stallman Richard
Style

Tactical media
Tagging
Textual analysis
Theory of media synchronicity
Turing Alan
Turkle Sherry

van Dijk
Virality
Virilio Paul
Virtualreality

Wajcman Judy
Weaver Warren
Web 2.0
Wiener Norbert
Wulf Christoph

Аватар
Актар-сеткавая тэорыя
Аналіз адрозненняў
Аналіз фрэймаў
Анлайн-ацэнка тэлеперадач
Антыграматнасць
Апрацоўкі сацыяльнай інфармацыі тэорыя

Багацця медыя тэорыя
Бадры Жан-Луі
Бадрыяр Жан
Барлаў Джон Пэры
Безмасштабныя сеткі
Бенклер Ёхай
Бернерс-Лі Цім
Больц Норберт
Брэдшоў Пола мадэлі камунікацыі
Буш Вэнівар

Вайсман Джудзі
Ван Дэйк Тойн А.
Вінэр Норберт
Віральнасць
Віртуальная рэальнасць
Вірылья Поль
Вульф Крыстоф
Вымярэнне інтэрнэт-аўдыторыі
Вэб 2.0
Вялікія дадзеныя

Герменэўтычны аналіз
Гілмар Дэн
Гіпертэкст
Гонтлет Дэвід
Гульні камп'ютарныя і відэа

Данбара ліміт
Даследванні Інтэрнэта
Даследванні інтэрнэт-супольнасцяў
Джэнкінс Генры
Дыгіталізацыя
Дыскурс новых медыя
Дыскурса аналіз
Дэбрэ Рэжы

Жанравы аналіз
Жаргон камп'ютарны

Інніс Гаральд Адамс
Інтэрнэт-даследванні
Інтэрнэт-апытанні
Інтэртэкстуальны аналіз
Інфаграфіка

Інфармацыйная вайна
Інфармацыйнага грамадства тэорыі

Канверсацыйны аналіз
Кантэнт-аналіз
Канцэпт-аналіз
Кампенсаторнай адаптацыі тэорыя
Кастэльс Мануэль
Керкхаў Дэрык дэ
Кіберпанк
Кіраванне Інтэрнэтам
Кітлер Фрыдрых
Код
Краўдсорсінг
Кросбі Віна мадэлі камунікацыі
Крэалізаваны тэкст

Ланір Джэран
Ласкін Бернард
Ласуэл Гаральд Дуайт
Леві П'ер
Лессіг Лоўрэнс
Ліклайдэр Джозэф Карл Робнэт
Лінгвістыка медыятэкста
Лічбавае мастацтва і анімацыя
Лічбавая эра
Лічбавы разрыў
Луман Ніклас

Мабілаграфія
Мабільныя апытанні
Мадэлі камунікацыі
Мадэль камунікацыі Шэнана-Уівера
Маклюэн Маршал
Малога свету тэорыя
Маніторынг сацыяльных медыя
Мановіч Леў
Марозаў Яўген
Маршал Дэвід
Масавай камунікацыі тэорыі
Медыялект
Медыялогія
Медыятэкст
Мова новых медыя
Молтрап Сцюарт
Мюррэй Джэнет
Мэтц Крысціян

Наратыўны аналіз
Нерэактыўныя метады збору дадзеных у Інтэрнэце
Нільсэн Якаб
Новых медыя тэорыя

О'Райлі Цім

Пасярэднікаў камунікацыі тэорыя
Пашырэння канала тэорыя
Пранікненне Інтэрнэта
Правіла 90–9–1
Прынцып шасці поціскаў рукі
Прасьюмэр
Прысутнасці тэорыя
Псіхааналіз медыятэкста
Псіхалінгвістыка медыятэкста

Ратлідж Памэла
Рашкоф Дуглас
Рэйнгальд Говард
Рытарычны аналіз

Сацыялінгвістыка медыятэкста
Сацыяльнага ўплыву тэорыя
Сацыяльных сетак тэорыя
Сацыяльныя медыя
Семіятычны аналіз

Сеткавая нейтральнасць
Сеткавы індывідуалізм
Сеткавыя жанры
Сецература
Сінхроннасці медыя тэорыя
Столман Рычард
Стыль

Тактычныя медыя
Тэгінг
Тэкл Шэры
Тэксталагічны аналіз

Уівер Уорэн
Укараненне

Фанетычнае пісьмо
Фармат
Фенаменалогія медыятэкста
Флюсэр Вілем
Фокус-группа
Фрэйм
Функцыянальная прагматыка

Хараўэй Дона
Хакінг, крэкінг, фрыкінг
Хактывізм
Хуберман Бернарда

Цьюрынг Алан

Шыркі Клэй
Шэнан Клод Эльвуд

Электроннае пісьмо
Энгельбарт Дуглас Карл
Эратыў

Аватар (avatar, аватар) – это графическое представление пользователя в онлайн-пространстве (компьютерной игре, социальной сети и т. п.). Термин происходит из индуистской мифологии, согласно которой он означает мирское воплощение бога. Первое использование термина произошло в онлайн-игре «Среда обитания» (Habitat), созданной в конце 1980-х гг. компанией Lucasfilm Games в сотрудничестве с Quantum Computer Services, Inc. В то время, когда почти во всех онлайновых играх оперировали только текстом, «Среда обитания» задавала тон в применении подвижной мультипликации, представлявшей играющих людей в их взаимодействиях друг с другом в виртуальном пространстве. Создатели «Среды обитания» назвали эти мультипликационные образы аватарами, и термин был с энтузиазмом подхвачен всеми последующими разработчиками графических систем.

Термин хорошо отражает преимущества и ограничения онлайнового взаимодействия. Подобно богам, спустившимся в маленький мир людей, пользовательские аватары могут управлять некоторыми явлениями в виртуальном пространстве способами, которые невозможны в реальных условиях (например сверхвысоко прыгать, сверхбыстро бегать, даже летать и т. п.). Но вместе с тем оболочка аватаров не способна представить нюансы телесного выражения, доступные человеческому телу в ситуации взаимодействия лицом к лицу. Таким образом, опыт действий в виртуальной среде посредством аватара можно рассматривать, согласно индуистской мифологии, как аналогичный действиям богов, подвергающихся ограничениям в их земных телах.

Распространению и легитимации термина помог роман американского писателя-фантаста Нила Стивенсона «Лавина» (1992 г.). Н. Стивенсон, имевший практику компьютерного программирования, изобразил в романе параллельное существование двух миров – реального и виртуального – и также использовал термин аватар, чтобы обозначить существование людей в смоделированном цифровом мире. Книга Н. Стивенсона стала культовым текстом для геймеров и участников чатов.

Со временем выбор аватара превратился в рутинную практику не только для игроков компьютерных игр, но и для пользователей социальных сетей, блогов и форумов. Когда новый пользователь регистрируется на каком-либо ресурсе, предполагающем коммуникацию в сообществе, чаще всего он должен представиться с помощью аватара. В некоторых системах пользователи выбирают аватар из набора уже имеющихся, предложенных разработчиками, образов, в других – могут импортировать свои собственные изображения. Аватары могут быть двумерными и трехмерными и ранжируются по сложности и гибкости жестикуляции, мимики, выполняемых движений, а также по авторскому дизайнерскому стилю и т. д.

Использование аватара как способа визуальной самопрезентации личности в онлайн-пространстве вызвало обсуждение норм опосредованного общения. С одной стороны были те, кто считал (и, вероятно, продолжает считать), что аватары – это только элемент игры, и к ним не применимы правила взаимодействия, существующие по отношению к социальным субъектам. С другой стороны были те, кто полагал, что аватары обладают тем же статусом и вступают в те же отношения, как и их человеческие операторы. Эти дебаты отражают мнение о «сомнительном» статусе онлайн-социальности, часто понимаемой как менее «реальная» по сравнению с отношениями лицом к лицу.

Литература

Damer B. Avatars! Exploring and Building Virtual Worlds on the Internet. Berkeley, Calif.: Peachpit Press, 1998.

Rheingold H. The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. Reading, Mass.: Addison-Wesley, 1993.

Taylor T. L. Living Digitally: Embodiment in Virtual Worlds // The Social Life of Avatars: Human Interaction in Virtual Worlds / R. Schroeder, ed. London: Springer-Verlag, 2001.

О. Сергеева

Акторно-сетевая теория (Actor-network theory, Актар-сеткавая тэорыя) – теория, известная также как социология перевода, первоначально формировалась в исследованиях науки и технологий усилиями таких ученых, как Мишель Каллон, Бруно Латур и Джон Ло. Их целью было объяснение характера научной работы, находящейся под влиянием множества факторов (как писали эти авторы, наука имеет «гибридный» характер). Не акцентируя внимания только на одной стороне научной деятельности – влиянии культуры и общества или, наоборот, природы и технологии, – родоначальники ANT развивали представления о перформативном производстве науки. Перформативноть в данном случае означает, что деятельными участниками научного открытия являются не только ученые, но также включенные в этот процесс нечеловеки – машины, приборы, тексты и объекты исследования. Логику научной работы, по мнению сторонников ANT, невозможно объяснить, если не принимать во внимание, какие различия вносит в исследовательскую практику использование одних, а не других приборов, лабораторных образцов, программ обработки данных. Кроме того, эта теория вскрывает связь науки с политической повесткой дня, со стратегическими союзами и международными альянсами. Социальные исследователи не должны выбирать между изучением природы или технологии, противопоставляя их культуре или обществу, напротив, задача состоит в том, чтобы поместить в центр изучения саму практическую деятельность, чтобы объяснить, как в этом процессе функционирует природное, технологическое, культурное и социальное.

ANT, появившись в 1980-х гг., не осталась в границах анализа только науки и техники, а в течение нескольких последующих десятилетий стала влиятельной методологией, воспринятой в антропологии, культурной географии и в коммуникативистике в том числе. В исследованиях коммуникации ANT более всего представлена разработками Монреальской школы организационной коммуникации (лидер – Джеймс Р. Тейлор). В перспективе ANT организация рас-

сматривается не как уже сложившийся коллектив, но как постоянно воссоздаваемый продукт коммуникативной активности. Эта индуктивная логика аналитических процедур высвечивает организующие возможности коммуникации, при этом исследуются все формы общения и текстовой деятельности, которые в буквальном смысле составляют то, что мы называем организацией (делается ли это менеджерами, простыми работниками, механизмами, компьютерами или архитектурными элементами).

Чтобы объяснить состояние взаимосвязанности (гибридности) мира, в котором мы живем, в русле ANT были разработаны несколько важных понятий.

Во-первых, понятие «представитель» (spokesperson), которое показывает, каким образом тот, кто совершает некоторое действие, выступает в союзе с другими. Представитель, действуя или говоря от имени нескольких других, тем самым создает и поддерживает коллективы или сети. Как только актор признан в качестве представителя некоторого коллектива, мы можем идентифицировать не только говорящего, но и тех других, от имени которых совершается действие. Применительно к организационной коммуникации, можно сказать, что организации существуют посредством действий акторов-представителей. Поэтому непродуктивно с точки зрения ANT

концентрироваться на макро- или микросоциологическом анализе явлений, они явлены всегда связкой «актор – сеть».

Во-вторых, в ANT используется понятие «перевода», что подразумевает принципиальную возможность как для людей, так и для нечеловеков быть медиумами и постоянно получать и распространять идеи. Например, в организации административный запрет на опоздания может быть переведен с языка инструкций в механические (или электромеханические) действия специальных устройств, установленных на входе и фиксирующих время появления на работе всех сотрудников.

Что делает данную теорию особенно интересной для исследователей коммуникации, это то, что любой акт коммуникации может пониматься как деятельность перевода – процесса, когда идеи и утверждения не просто перетекают из точки «А» в точку «Б», но видоизменяются, блокируются, присваиваются или перенаправляются медиумами человеческой и нечеловеческой природы.

Литература

Вахштайн В.С. Возвращение материального. «Пространства», «сети», «потоки» в акторно-сетевой теории // Социологическое обозрение. 2005. Т. 4. № 1. С. 94–115.

Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014.

Cooren F. The organizational world as a plenum of agencies // Communication as organizing: Empirical and theoretical explorations in the dynamic of text and conversation / Ed. by F. Cooren, J. R. Taylor, E. J. Van Every. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2006. – P. 81–100.

Taylor J. R., Van Every E. J. The emergent organization: Communication as site and surface. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2000.

О. Сергеева

Анализ различий (analysis of differences, аналіз адрозненняў) – исследовательская стратегия, ориентированная на выявление, фиксацию и изучение смысловых различий в текстах НМ, позволяющая определить их взаимосвязь с различиями психологическими и социальными. Данный подход представлен в работах С. Тичера (S. Titscher) и М. Мейера (M. Meyer), основанных на теории социальных и коммуникативных систем Н. Лумана (N. Luhman) и концепции исчисления социокультурных различий Дж. Спенсер-Брауна (G.Spenser-Brown). Концепт различий или дифференциальной организации знаков активно разрабаты-

вался в семиотике и структурализме, а важнейшее для АР понятие маркированности, развивая идеи Н. Трубецкого и Р. Якобсона, ввела в социолингвистику Л. Во (L.Waugh). Согласно теории различий, любой вид социальной коммуникации основан на значимых различиях, прежде всего в социальном статусе партнеров, а затем и в производимых ими сообщениях. Внимание исследователя должно быть направлено на реконструкцию различий в высказываниях и нахождение «подразумеваемого контраста» (Дж. Келли) (G. Kelly), который зачастую не может быть объективирован участниками коммуникации. АР стремится выявить следующие аспекты в производстве и трансляции сообщений: какую информацию можно получить из них, какая структура восприятия для этого необходима и каковы «слепые пятна» участников общения в их текущих наблюдениях. Первоначально проводится отбор и идентификация текстов, а затем осуществляются следующие процедуры: 1) определяются явные различия, когда в тексте отмечают отчетливо вербализованные номинации, категории, концепты и формулируют их оппозиции; 2) выявляются скрытые различия, когда стараются найти невербализованные оппозиции; 3) сравниваются явные и скрытые различия; 4) проводится дальнейший опциональный анализ, возникающий из предыдущих стадий и 5) делаются общие выводы. Базовыми единицами анализа в теории различий считаются функциональные синтаксические единицы, в связи с чем упоминают «грамматику непосредственных составляющих» (С. Тичер). Исходным пунктом АР выступает исследование текстовых предложений, в которых выделяют не отдельные слова, а непосредственные грамматические составляющие, чтобы охарактеризовать используемые концепты-оппозиции. Грамматика позволяет разделить предложение на фразы и классифицировать их по синтаксической функции на глагол, существительное и предложные фразы. Все они состоят из тесно взаимосвязанных слов и содержат в себе значения концептов, из которых выстраиваются фразы-оппозиции. Другой ключевой момент для выявления различий обнаруживается в структуре непосредственных составляющих или синтаксической конструкции предложений. В большинстве языков существует «типичная» структура предложения, в которой подлежащее (имя существительное) стоит на первом месте, а затем следует сказуемое (глагольная фраза) и второстепенные члены. Каждый из возможных вариантов изменения структуры предложения рассматривается как возможность специфического сужения информационного содержания. Именно здесь оказывается востребован АР, с позиций которого считается, что отклонения от нормальной структуры в предложении выполняют функцию интонации либо других паралингвистических средств образования смысла. Они выделяют и маркируют особо значимую информацию в предложении или тексте в целом. Как правило, теорию различий можно применять для анализа любого текста (желательно не очень большого объема), если выполняется условие прояснения концептов, используемых в тексте, и значений, которые им придаются в контексте – самой ситуации взаимодействия. Исследователи подчеркивают, что АР в этом смысле не обеспечивает исчерпывающей контекстной информации, но учитывает соответствующие фоновые знания как участников, так и аналитика, что позволяет считать данный метод достаточно продуктивным и при анализе сообщений НМ.

Литература

Тичер С., Мейер М., Водак Р., Ветер Е. Методы анализа текста и дискурса. Харьков: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2009.

Луман Н. Общество общества. Часть I. Общество как социальная система. М.: Логос, 2004.

Луман Н. Общество общества. Часть II. Медиа коммуникации. М.: Логос, 2005.

Spencer-Brown G. Laws of Form. N.-Y.: Dutton, 1979.

Waugh L. Marked and unmarked: a Choice Beetwen Unequals in Semiotic Structure // Semiotica. 1982. 3 (38). P. 299–318.

А. Сарна

Анализ фреймов (frame analysis, фрэймавы аналіз) – направление исследований сообщений СМИ и НМ, позволяющее выявить, описать и изучить устойчивые смысловые структуры (фрэймы). Понятие «фрейм» используют такие авторы, как Г. Бейтсон (G. Bateson), М. Мински (M. Minsky), Дж. Брунер (J. Bruner), И. Гофман (E. Goffman) и др., но именно в работах И. Гофмана осуществляется попытка создать системно проработанную теорию социальных интеракций на основе данного понятия, а также предлагается набор исследовательских процедур для описания и сравнительного анализа фреймов, в том числе в текстах сообщений межличностных и массовых коммуникаций. У Гофмана фрейм предстает как процедурное знание по формальному определению ситуаций взаимодействия между социальными акторами, способствующее выработке определенного отношения к происходящему и возможности оказывать влияние на него. Гофман выделяет «первичные», или исходные, системы фреймов, позволяющие разграничить сферы природы, культуры и социума, а также дополнительные, организующие взаимодействия непосредственно между акторами в пространстве их повседневной жизни. Важно, что системы фреймов не заданы в качестве жестких алгоритмов восприятия и действия, но всегда находятся в процессе формирования, когда и происходит «фреймирование» реальности. При этом фреймы используются как «ключи», способные «переключать» наше восприятие с одного уровня на другой (перцептуальный, ментальный, когнитивный), «настраивать» распознавание ситуации и соотносить воспринимаемое событие с его идеальным смысловым образцом или шаблоном. Гофман выделяет пять основных «ключей», применяемых ко всему многообразию жизненных ситуаций: 1) «выдумка», посредством которой акторы осуществляют драматургическое представление ситуации и отличают постановку от реальности, что постоянно практикуется в театре, кинематографе и СМИ;

2) «состязание» – переключение фрейма схватки в безопасную сферу игры, которая поддерживает ощущение риска и неопределенности складывающихся обстоятельств, например в спорте или игре в рулетку; 3) «церемониал» как ритуальные действия, запускающие механизм приписывания акторам социальных ролей и распределения соответствующих полномочий; 4) «техническая переделка» или «перенастройка», с помощью которой реальная ситуация репрезентируется ее образами в сопровождении четких фоновых указаний на их восприятие как самой реальности (презентации, инсценировки, демонстрации); 5) «переосмысление» как своеобразный ключ к пониманию мотивов действия игроков в ситуациях, когда образ не соответствует реальности (махинации и подтасовки фактов). Системы фреймов могут быть «переключены» и «перенастроены» на восприятие определенных смысловых пластов реальности, что существенно меняет как сами фреймы, так и предыдущие настройки. Поэтому цель АФ как исследовательской процедуры заключается в последовательном обнаружении различных возможностей использования фрейма в конкретных ситуациях и выявлении смысловых уровней его понимания в качестве того или иного «ключа» (кода расшифровки), каждый из которых воспринимается актором как подлинный (соответствующий реальности). Исследователь должен определить отношение участников взаимодействия к фрейму, используемому в зависимости от статуса акторов и их возможности обращения к тем или иным языковым средствам при соотнесении со своей ролью в процессе коммуникации. При этом нужно учитывать, что различные переключения и фабрикации могут разрушать фреймы, что приводит к возрастанию риска и неопределенности как в самих взаимодействиях акторов, так и в интерпретации их сообщений (что особенно характерно для НМ). Преодоление неопределенности связывается с рутинизацией повседневного опыта (например общения в электронных социальных сетях) за счет применения таких процедур «крепления» или «связывания» фреймов, как «заключение в скобки», «установление ролей», «передача ресурса», «рассогласование» и «всеобщее уподобление». При обращении к данному материалу АФ позволяет выработать типологию общепри-

нятых речевых практик и выявить основы регулятивных (представляющих реакцию на контекст общения) и конститутивных (создающих сам контекст) правил коммуникации в НМ.

Литература

Брунер Дж. Психология познания. За пределами непосредственной информации. М.: Директмедиа Паблишинг, 2008.

Вахштайн В.С. Социология повседневности и теория фреймов. СПб.: Изд-во Европейского ун-та, 2011.

Гофман И. Анализ фреймов. Эссе об организации повседневного опыта. М.: Институт социологии РАН; ФОМ, 2004.

Минский М. Фреймы для представления знаний. М.: Энергия,1979.

А. Сарна

Антиграмотность (anti-literacy, антыграматнасць) – принцип создания текстов на основе отхода от норм литературного языка с его грамматической, фонетической, стилистической и пр. составляющей. Основные принципы А. были изложены российским писателем и журналистом А. Андреевым под псевдонимом Мэри Шелли, в «Манифезде антиграматнасти», опубликованном в интернете в 1999 г. В дальнейшем А. как исходный постулат творчества был взят за основу в получивших широкую известность игровых формах контркультурной лингвистической практики, таких, как «язык падонков» и его популяризированная версия («олбанский язык»). А. как сознательный выбор определенного стиля речевого поведения может быть противопоставлен безграмотности носителей просторечия или неграмотности «наивного письма». А. предполагает целенаправленное использование приемов по искажению текста, написанного на естественном языке, таких как ошибки в грамматике и синтаксисе, фонетическое письмо, перестановка букв, каламбурное членение и т. п. Принципиально важным для сторонников А. является стремление противопоставить воспроизведение в практике общения естественных «неправильностей» разговорного языка официальному стилю или научному дискурсу, ориентированным на условную правильность норм письменной речи.

Литература

Folk-art-net: новые горизонты творчества. От традиции – к виртуальности. Сб. статей. М.: Государственный республиканский центр русского фольклора, 2007.

Кронгауз М. Самоучитель Олбанского. М.: АСТ: Corpus, 2013.

Современный русский язык в интернете. М.: Языки славянской культуры, 2014.

А. Сарна

Барлоу Джон Перри (**Barlow John Perry, Барлаў Джон Пэры**) (р. 1947) – американский поэт, политический активист, киберлибертарианец, один из сооснователей Фонда электронных рубежей – общественной организации, занятой исследованием социально-правовых аспектов функционирования интернета; автор песен американской группы Grateful Dead; колумнист журнала Wired.

В 1996 г. Барлоу в ответ на введение в США «Акта о благопристойности коммуникации», вводившего цензуру в тогда еще мало регулируемом интернете, составил и опубликовал «Декларацию независимости киберпространства». «Декларация…» стала манифестом либертарианской идеологии в управлении интернетом и провозглашала полную свободу киберпространства от юрисдикции существующих государств с целью построения нового общества, «свободного от тирании», социальных неравенств, собственности, принуждения. Согласно «Декларации…», киберпространство должно управляться на основе этики, осознанного личного интереса и общественной пользы. Текст «Декларации…» является торжествен-

ным заявлением о разрыве «киберпространства» и социального пространства и о возможности построения новой утопии: «Мы создадим цивилизацию разума в Киберпространстве». «Декларация…» приобрела популярность в разных странах и была переведена на множество языков, став своеобразным памятником ожиданий компьютерной элиты – «диджерати» – 1990-х гг.

Другое детище Барлоу – Фонд электронных рубежей, основанный в 1990 г., – продолжает деятельность по разработке и выдвижению законопроектов о защите прав пользователей и свободы от цензуры в интернете и защите прав пользователей в суде. Двое других основателей Фонда – активист и программист Джон Гилмор, активист и первый председатель Mozilla Foundation Митч Кейпур (см. также: **Столлман**).

Литература

Барлоу Дж. Декларация независимости Киберпространства // Компьютерра. 1997. № 29. URL: http: // old.computerra.ru / ofline / 1997 / 206 / 678 / (дата обращения: 01.03.2015).

А. Широканова

Безмасштабные сети (scale-free networks, безмасштабныя сеткі) – сети, где доминирует небольшое количество узлов-концентраторов (хабов), имеющих очень большое количество связей. В связи с особенностями построения для таких сетей характерна структурная инвариантность, отсюда – название. Безмасштабные сети описывают структуру Всемирной паутины, где концентраторами являются сайты наподобие Google и Yahoo. Безмасштабные сети, характерные также для научных цитирований, сетей сотрудничества и многих природных процессов, устойчивы к случайным отказам, но весьма уязвимы по отношению к скоординированным атакам. Моделирование безмасштабных сетей позволяет понять распространение вирусов в интернете и улучшить обеспечение безопасности в сети.

Модель безмасштабной сети по отношению к Всемирной паутине описали венгерско-американские физики Альберт-Ласло Барабаши и Ре́ка Альберт в 1999 г. Для этой модели характерны, во-первых, установка на рост, а во-вторых, предпочтительное присоединение, т. е. новые узлы с большей вероятностью присоединяются к наиболее популярным существующим узлам-концентраторам.

До этой модели сеть чаще моделировали как случайную, сначала – в модели венгерских математиков Пала Эрдёша и Альфреда Ре́ньи (1959), где связь образуется между каждой парой вершин с равной вероятностью; затем – в модели американского исследователя сетей «малого мира» Дункана Уоттса и американского математика Стивена Строгатца (1998), где предполагается короткая средняя дистанция между двумя узлами и кластеризация узлов в триады.

Модель сети «малого мира» успешно описывает нейронные сети сотрудничества актеров кино, однако для описания интернета в большей степени подходит модель безмасштабной сети.

В философии метафора мышления как сети без центра получила отражение в концепции ризомы Жиля Делёза и Феликса Гваттари – корневища без главного корня, где нет начала и конца, единого кода и центрирующего принципа. Ризому определяет отсутствие единства и возможность присоединения «любого места к любому месту», что, несомненно, вызывает параллели с функционированием Интернета. Тем не менее, несмотря на распространенность метафоры Сети как ризомы, практические исследования показывают, что Всемирная паутина больше соответствует модели безмасштабной сети, т. е. связи в ней образуются не случайно, а согласно принципу предпочтительного присоединения.

Литература

Барабаши А.-Л., Бонабо Э. Безмасштабные сети // В мире науки. 2003. № 8. С. 54–62.

Делез Ж., Гваттари Ф. Ризома // Тысяча плато. URL: http: // www. situation.ru / app / j_art_1023.htm (дата обращения: 01.03.2015).

Barabasi A.-L. Linked: The New Science of Networks. New York: Basic Books, 2014.

Watts D.J., Strogatz S. Collective dynamics of 'small-world' networks // Nature. 1998. № 393. P. 440–442.

А. Широканова

Бенклер Йохай (**Benkler Yochai, Бенклер Ёхай**) (р. 1964) – израильско-американский юрист, теоретик и эксперт в области совместного создания и управления интеллектуальными продуктами, профессор Гарвардской школы права, один из директоров Центра интернета и общества Гарвардского университета.

Изучал право в университете Тель-Авива и Гарвадской школе права. В 1994–1996 гг. работал юристом в США. В 1996–2003 гг. – профессор школы права университета Нью-Йорка, затем – Йельской (2003–2007) и Гарвардской школ права (с 2007 г.).

В книге «Богатство сетей: как социальное производство меняет рынок и свободу» Бенклер исследует общинное управление ресурсами в сетевой среде. Он использует понятие «совместное одноранговое производство» (commons-based peer production) для описания координации действий большого количества людей через Сеть для реализации совместных проектов, но без традиционной иерархии и часто без вознаграждения для участников (см.: **Ширки**). Совместное одноранговое (т. е. неиерархическое) производство включает в себя и случаи индивиуального производства, например ведения блога. Бенклер также пишет о «сетевой информационной экономике» (в противоположность индустриальной), описывая ее как «систему производства, распространения и потребления информационных товаров, которая характеризуется децентрализованными индивидуальными действиями, выполняемыми посредством распределенных нерыночных средств, не зависящих от рыночных стратегий». Бенклер считает «Википедию» и Linux (см.: **краудсорсинг, Лессиг Лоуренс, Столлман Ричард**) примерами более высокой социальной организации, характерной для сетевой информационной экономики. В новой экономике и при новом способе социального производства значительную роль начинают играть альтруистические побуждения и демократизируется участие в производстве культурных продуктов. Для старых производств и компаний проблема, как считает Бенклер, заключается именно в стремлении снова централизировать производство. Бенклер также выражает надежду, что экономика, в которой граждане смогут высказывать свои взгляды онлайн и в которой можно свободно делиться информацией, станет более эффективной и преодолеет ограничения традиционных понятий о патентах и авторском праве.

Согласно Бенклеру, сетевая информационная экономика позволяет увеличить автономию индивида, поскольку у него появляется больше источников информации. Бенклер поддержал инициативу Викиликс, посчитав ее нетрадиционным способом выполнения традиционной функции «сторожевого пса», с которой не справляются старые медиа.

Литература

Benkler Y. The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom. New Haven, London: Yale University Press, 2006.

А. Широканова

Бернерс-Ли Тим (Berners-Lee Timothy, Бернерс-Лі Цім) (р. 1955) – британский инженер, ученый, изобретатель в области информационных технологий, создал вместе с Робертом Кайо технологию Всемирной паутины, глава Консорциума Всемирной паутины (W3C); старший исследователь Лаборатории компьютерных наук и искусственного интеллекта Массачусетского технологического института (см.: **Ликлайдер, Столлман**).

Изучал физику в Оксфордском университете, работал инженером в телекоммуникационной компании, разрабатывал программное обеспечение. В 1980 г. выполнял проект для CERN – Европейского центра ядерных исследований в Женеве, – где предложил использовать гипертекст для обмена и обновления общей информации между исследователями. В 1984 г. Бернерс-Ли становится постоянным сотрудником CERN. Имея опыт в программировании и широкую информационную инфраструктуру CERN, Бернерс-Ли предложил идею создания большой Сети с использованием доменных имен, общего протокола обмена данными и гипертекста для ускорения работы. В августе 1991 г. Бернерс-Ли создал сайт для проекта Всемирной паутины (WorldWideWeb), который стал первым сайтом в интернете.

В 1994 г. Бернерс-Ли основал Консорциум Всемирной паутины в Массачусетском технологическом институте, цель которого – разработка и внедрение стандартов для интернета, таких как HTTP и HTML.

Будущее интернета Бернерс-Ли видит как семантическую паутину, что предполагает создание определенной надстройки, которая позволяет компьютерам считывать информацию с объектов (см.: **Веб**). С точки зрения Бернерса-Ли, семантическая паутина позволит обращаться к любым данным и структурировать информацию независимо от языка программирования и технической платформы устройства.

А. Широканова

Богатства медиа теория (media richness theory, багацця тэорыя медыя) гласит, что эффективность дистанционной коммуникации прямо пропорциональна пропускной способности медиа. Б.м.т. является, возможно, наиболее влиятельной среди теорий новых медиа. Особенностью данной т. является то, что основные понятия были разработаны до распространения интернета и впоследствии были ретроспективно переложены на формы коммуникации с помощью новых медиа.

Истоком б.м.т… выступила *теория социального присутствия*. Учитывая параметры социального присутствия и богатства медиа, тот или иной канал коммуникации может расцениваться как подходящий или неподходящий для определенного вида деятельности. Основателями б.м.т. выступили Роберт Х. Лингл и Ричард Л. Дафт

(США), в 1980-х гг. предложившие понятие «информационное богатство», а затем – «богатства медиа» для анализа процесса обработки информации в организациях. Целью эффективной коммуникации, согласно б.м.т., является одновременно снижение многозначности и снижение неопределенности коммуникации.

Под «богатством информации» понимается потенциальная способность данных переносить информацию. По Дафту и Линглу, медиа можно определить как «богатые» согласно четырем критериям: 1) доступность мгновенной обратной связи; 2) способность медиа передать множество таких сигналов, как язык тела, тон голоса, интонация; 3) использование естественных языков; 4) персонализация медиа. «Богатые» каналы коммуникации характеризуются мгновенной обратной связью, множеством каналов передачи информации, разнообразием и многозначностью используемого языка, возможностью передачи эмоций.

Согласно б.м.т., рациональное использование различных медиа должно соответствовать сложности и неопределенности решаемой задачи. При несоответствии выбранного медиума целям коммуникации наблюдается явление «усложненности» (высокая многозначность, избыток побочной информации) или «упрощенности» (безличность, отсутствие обратной связи).

Среди форм организационного общения шкала бедности-богатства медиа (в порядке возрастания) выглядит следующим образом: бюллетень – объявление – доклад – меморандум – записка – письмо – электронная почта – телефон – личная встреча. С учетом развития компьютерно-опосредованной коммуникации, сегодня на шкале «богатства» медиа располагаются от «бедных» к «богатым» (по способности обрабатывать неоднозначную информацию) в следую-

щем порядке: бумажное письмо – электронная почта – телефакс – группы рассылки – голосовая почта – телефон / телеконференция – видеокоммуникация – встреча лицом к лицу, диалог.

Во всех случаях наиболее богатыми возможностями разрешения неоднозначности ситуации являются личные встречи. Однако «бедные» медиа достаточны для решения рутинных задач высокой определенности, сенситивных вопросов, требующих анонимности, а также при работе в коллективе, участники которого удалялись друг от друга (в сочетании с «богатыми» медиа). «Бедность» коммуникации в компьютерно-опосредованной среде при невозможности личной коммуникации может частично компенсироваться такими средствами, как частый обмен сообщениями, специальный язык коммуникации использование телеконференций и др., которые служат для ускорения обратной связи, передачи интонации, персонализации сообщения и т. д.

Критики б.м.т. настаивают, что, несмотря на интуитивное признание взаимозависимости пропускной способности медиа и эффективности коммуникации, данная теория никогда не была полностью подтверждена на практике. В качестве расширения б.м.т. Алан Дэвис и Джозеф Валасич выдвинули *теорию синхронности медиа*, согласно которой решающее значение имеет не пропускная способность, а синхронность медиа, т. е. возможность одновременной работы индивидов над общей задачей.

Литература

Daft R.L. Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organization Design / R.L. Daft, R.H. Lengel // Research in Organizational Behavior / Ed. by B. Staw, L.L. Cummings. Greenwich, Conn.: JAI Press, 1984. P. 191–233.

Daft R.L. Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design / R.L. Daft, R.H. Lengel // Management Science. 1986. Vol. 32. № 5. P. 554–571.

Configurations of Relationships in Different Media: FtF, Email, Instant Messenger, Mobile Phone, and SMS / H. Kim [et al.] // Journal of Computer-Mediated Communication. 2007. Vol. 12. № 4. URL: http: // jcmc.indiana.edu / vol12 / issue4 / kim.html (date of access: 05.09.2014).

Heeren E. Selecting communication media for distributed communities / E. Heeren, R. Lewis // Journal of Computer Assisted Learning. 1997. Vol. 13. № 2. P. 85 98.

Min S.-J. Online vs. Face-to-Face Deliberation: Effects on Civic Engagement // JCMC. 2007. Vol. 12. № 4. URL: http: // jcmc.indiana.edu / vol12 / issue4 / min.html (date of access: 05.09.2014).

Suh K.S. Impact of communication medium on task performance and satisfaction: an examination of media-richness theory // Information & Management. 1999. Vol. 35. № 5. P. 295–312.

А. Широканова

Бодри Жан-Луи (Baudry Jean Louis, Бадры Жан-Луі) (р. 1930) – известный французский философ, представитель психоаналитического подхода в кинотеории XX века. Основные работы: «Идеологические эффекты, производимые базисным кинематографическим аппаратом» (1970), «Аппарат: метапсихологические исследования иллюзии реальности в кино» (1986) и др. Бодри начинал свою академическую карьеру с критики традиционных представлений о кино как «идеальной» смысловой конструкции, акцентируя внимание на материальных средствах производства кинопродукции – на том, что он называл «базисным кинематографическим аппаратом». Недостаток внимания к технологическим основам кинопроизводства и особенностям демонстрации кинофильмов, задающим основу не только для восприятия кино, но и его понимания, выразился также в категориальной и концептуальной «недостаточности» теоретического анализа кино как культурно-исторического и социально-психологического явления. Бодри предлагает два ключевых понятия – «аппарат» (l'appareil) и «диспозитив» (le dispositif), которые, по мнению философа, воплощают в

себе специфику кино и являются важнейшими для создания актуальной кинотеории и шире – теории медиа. «Аппарат» включает в себя совокупность аппаратуры и операций, необходимых для производства фильма: сам фильм как продукт работы режиссера, оператора, осветителей, монтажера (сценарий, визуальная репрезентация реальности, кинематографические приемы, средства выразительности и т. д.), а также техническую организацию и инструментарий – пленку, камеру, звук, свет и др. «Диспозитив» выстраивается в рамках «аппарата» как базис кино, выражая идеи главных создателей фильма (сценариста, режиссера и оператора) и осуществляя их сложную взаимосвязь в работе съемочной группы. Далее Бодри акцентирует внимание на второй составляющей кинопроизводства – кинопросмотре, когда кинематографический диспозитив оформляется как 1) процесс кинопросмотра, где следует учитывать темноту кинозала и неподвижность аудитории; 2) восприятие фильма, когда при просмотре у зрителя активизируются сознательные и бессознательные психические процессы. Вслед за Ж. Лаканом Бодри выделяет два уровня идентификации, где первый связан с киноизображением и концентрируется на главном персонаже, играющем роль центра вторичных идентификаций. Второй уровень обеспечивает реализацию первого, выполняя функцию трансцендентального субъекта, чье место занимает кинокамера, позволяющая осуществить визуальную репрезентацию самых разных объектов в качестве иллюзии реальности. Именно на втором уровне осуществляется принуждение субъекта к определенной точке зрения и соответствующей позиции, которая навязывается зрителю в процессе кинопросмотра, но не осознается им. Тем самым Бодри представляет кино как особый механизм замещения, который предназначен для достижения определенного психического эффекта, позволяющего утвердиться господствующей идеологии.

Литература

Baudry J.-L. Ideological Effects of the Basic Cinematographic Apparatus // Film Quarterly. 1974. Vol. 28 (2). P. 39–47.

Baudry J.-L. Le dispositif: approches metapsychologiques de l'impression de realite // Communications. 1975. № 23. P. 56–72.

Baudry J.-L. L'Effet cinéma. Paris: Albatros, 1978.

Baudry J.-L. The Apparatus: Metapsychological Approaches to the Impression of Reality in the Cinema // Narrative, Apparatus, Ideology. A Film Theory Reader. New-York, Columbia University Press, 1986. P. 299–318.

А. Сарна

Бодрийяр Жан (Baudrillard), Бадрыяр Жан (1929–2007) – выдающийся французский философ и социолог, один из ведущих представителей постструктурализма и постмодернизма, сумевший поставить диагноз состоянию западного общества и культуры в ситуации «постсовременности». Основные работы: «Система вещей» (1968), «Зеркало производства» (1973), «Символический обмен и смерть» (1976), «Симулякры и симуляция» (1981), «Прозрачность зла» (1990) и др. Бодрийяр начинал с переосмысления марксизма под влиянием лингвистики Ф. де Соссюра и психоанализа Ж. Лакана, но в дальнейшем от критики политэкономии перешел к собственной теории знака. Такой подход рассчитан на анализ не товарной формы стоимости, но ее знаковой природы, что позволяет выделить несколько вариантов логики развития социальных процессов. Бодрийяр выделяет функциональную логику потребительской стоимости, основанную на принципе полезности, экономическую логику меновой стоимости, основанную на принципе эквивалентности, дифференциальную логику знаковой стоимости, работающей по принципу различия, а также логику символического обмена, объединяющую все предыдущие на основе принципа амбивалентности, где происходит «обратимость» объекта, который становится товаром и превращается в знак. В современных брендах товар и знак

отождествляются и подменяют друг друга, причем знаки отрываются от объектов и наделяются произвольным смыслом, что приводит к разделению материального и символического производства. Такой механизм сигнификации способствует установлению тотального экономического, политического и идеологического контроля, цель которого – вытеснение хаоса, смерти и энтропии за пределы социальной системы для придания ей стабильности и единства. Испытывая перенапряжение при выполнении такой сверхзадачи, система сознательно упрощает свою цель до «симуляции вечности» за счет отказа от реальности и замыкания на самой себе. Исторически этот процесс Бодрийяр описывает в виде последовательной смены трех эпох в развитии западной цивилизации: 1) «подделка социальности» в доиндустриальный период от Ренессанса до промышленной революции; 2) «производство социальности» в период развития капитализма; 3) «симуляция социальности» в эпоху постиндустриализма. В результате непрерывной эксплуатации символического кода как инструмента социального контроля к концу XX века знаки окончательно отрываются от своих референтов и получают полную автономию, замыкаясь на самих себе. Они превращаются в «симулякры» («копии копий», по Платону), которые воспроизводят и транслируют образы без соотношения с внеположенной им реальностью. Бодрийяр показывает этот процесс как переход от возможности знака отражать реальность к ее маскировке, подмене ее отсутствия и окончательной утрате соотношения с ней. Современная эпоха представлена Бодрийяр как период промышленного производства симулякров, бесконечно копирующих и тиражирующих самих себя в обращении лишь к собственной реальности. Вся иная реальность, в том числе историческая, оказывается присвоена масс-медиа и характеризуется «сверхтекучестью», «сверхпроводимостью» и перенасыщенностью мнимыми событиями. Бодрийяр подвергает радикальной критике институт СМИ с его монополией на производство смыслов и требует отказа от самой операциональной формы массмедиа, их функциональной и технической структуры, неразрывно связанной с системой социального контроля и власти. Казалось бы, НМ могут стать альтернативой процессам односторонней коммуникации и подвергнуть деструкции систему медиа, обеспечивающую дезорганизацию и «молчание масс» – но тогда пришлось бы отказаться от самого понятия «медиум». Однако НМ не способны на это, поскольку воспроизводят и даже усиливают логику имплозии социальной системы, поддерживая «вирулентность» коммуникационной среды и «гиперреальность» тотальной симуляции, где во всеобщем информационном шуме окончательно стираются различия между подлинным и мнимым, оригиналом и копией, истиной и ложью.

Литература

Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000.

Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции // Философия эпохи постмодерна. Минск: Красико-принт, 1996. С. 32–47.

Бодрийяр Ж. Злой демон образов // Искусство кино. 1992. № 10. С. 64–70.

Бодрийяр Ж. Реквием по массмедиа // Поэтика и политика. М.: Институт экспериментальной социологии, СПб.: Алетейя, 1999. – С. 193–226.

Бодрийяр Ж. Войны в заливе не было // Художественный журнал. 1994. № 3. С. 33–35.

Дьяков А.В. Жан Бодрийяр: стратегии «радикального мышления». СПб.: Изд-во Санкт-Петерб. ун-та, 2008.

А. Сарна

Больц Норберт (Bolz Norbert, Больц Норберт) (р. 1953) – известный немецкий философ, медиатеоретик и исследователь коммуникаций. Профессор Технического университета Берлина. Считается одним из создателей современной теории новых медиа. Основные работы: «Конформисты инаковости: конец критики» (1999), «Потребительский манифест» (2002), «Азбука медиа» (2007) и др. Пытаясь выявить особенности организации и институализации

современной системы медиа, влияющих на общественное мнение, Больц обращается к самым разнообразным средствам коммуникации – от прессы, телевидения и радио до компьютера, мультимедиа и робототехники. В центре его внимания оказываются прежде всего НМ, которые рассматриваются в комплексе их теоретико-математических, военно-технических и организационно-экономических характеристик с учетом гуманитарно-психологических и морально-этических аспектов. С точки зрения периодизации истории развития медиа, Больц выделяет шесть эпох разной продолжительности: устная речь, письменность, книгопечатание, СМИ, дигитализация и «осетевление», т. е. выстраивание сетевой конфигурации компьютерных и мультимедийных систем. Именно последние два периода сейчас имеют первостепенное значение, когда происходит смещение интереса от переработки информации к коммуникации, а в рамках цифровой культуры осуществляется конвергенция медиа и выстраивание информационно-коммуникационных сетей, обеспечивающих появление и рост на глобальном уровне сетей социальных. По мнению Больц, сети можно понимать как системы конкуренции, где ключевые «узлы» коммуникаций борются за гиперссылки («линки»): чем больше ссылок дается на тот или иной «узел», тем он жизнеспособнее и активнее. Для интернет-экономики и цифровой культуры важна в первую очередь ценность сетевых связей, которая определяется как «социальная прибавочная стоимость», когда предпочтения потребителей складываются в соединения, из которых формируются социальные сети. Основным принципом функционирования такой системы становится возможность установления как можно большего числа соединений и связей в масштабе каждой отдельной сети, а также установление контактов с другими сетями для последующего формирования гиперсетей. В таких условиях любой проект или продукт становится производным (выражением) количества связей, в которые он вовлек пользователей, поскольку соединение важнее того, что соединяется. В виртуальных сообществах «разрыв» (brinding) и «склеивание» (bonding) действуют одновременно, охватывая весь спектр этих сообществ в сферах производства, потребления и социальной помощи. Для любого из них характерна изменчивая динамика отношений близости и взаимодействия, при которой возрастает как объем эксклюзии (исключения), так и объем инклюзии (включения). Именно НМ усиливают взаимодействие между партнерами «ближнего» и «дальнего» круга, передавая импульс вовлеченности в происходящее по цепочке социальных связей. В итоге, как считает Больц, это приводит к конвергенции на локальном уровне, но одновременно и к поляризации в глобальном масштабе.

Литература

Больц Н. Азбука медиа. М.: Издательство «Европа», 2011.

Bolz N. Weltkommunication. Munchen: Fink, 2001.

Bolz N. Die Konformisten des Andersseins: Ende der Kritik. Munchen: Fink, 1999.

Bolz N. Das Konsumistische Manifest. Munchen: Fink, 2002.

Bolz N. Ratten im Labyrinth: Niklas Luhmann und die Grenzen der Aufklärung. Paderborn: Fink, 2012.

А. Сарна

Большие данные (big data, вялікія дадзеныя) – концепция (у некоторых авторов – парадигма) науки о данных, предложенная в 2008 г. Клиффордом Линчем (Clifford Lynch), редактором специального выпуска «Как могут повлиять на будущее науки технологии, открывающие возможности работы с большими объемами данных?» журнала Nature. Данная концепция предполагает одновременное использование данных не только большого объема, но также разного формата, происходящих из многих источников, которые могут находиться на удалении друг от друга. Например, «большие данные» университета могут включать административные базы данных о преподавателях; странички преподавателей на сайте университета с

учебными материалами и ссылками на архивы журналов, где опубликованы их статьи, информацию о распределении нагрузки между преподавателями; странички в системах электронного обучения, информацию о проверке преподавателями студенческих работ в системе «Антиплагиат»; оценки, поставленные преподавателями студентам; оценки и отзывы студентов о работе преподавателей на сайте Professorrating, а также на неофициальных студенческих сайтах и в социальных сетях, и многое другое. Некоторые из этих данных недостаточно структурированы и часто обновляются, к некоторым университет может не иметь прямого доступа. Поэтому наиболее сложным и длительным обычно становится этап подготовки данных к анализу (data processing). Сведение такого количества разнородных данных в единую базу представляется не только невозможным, но и нецелесообразным, поэтому интернет становится средой (медиумом), в которой происходит сбор, подготовка и анализ данных.

Таким образом, «большие данные» – это метафора, которая относится не только и не столько к объему данных, сколько к доступности и сложности их структуры. Иногда для больших данных определения используют критерий четырех V: объем (volume), разнообразие (variety), скорость (velocity) и ценность (value). Появившись в качестве концепции науки о данных, большие данные также являются межотраслевой областью практической деятельности. Дрю Конвей (Drew Conwey) выделил три области компетенций, необходимых «ученому по данным» (data scientist): знание математики и статистики, наличие опыта в предметной области, а также хакерские навыки. Он также подчеркнул, что на пересечении предметной области и хакерских навыков существует «зона опасности», из чего, в частности, следует, что данные могут использоваться несанкционированно, о чем прямо говорить не принято (см. также: **исследования интернета**).

Диаграмма Венна для науки о данных предложена Дрю Конвейем, 2010

Научная проблема больших данных появилась относительно недавно, с одной стороны, в результате быстрого роста объемов цифровой информации после 2000 г., с другой стороны, по мере достижения информационными технологиями такого уровня развития, который позволяет обрабатывать с высокой скоростью большие объемы данных разного формата, размещенных на множестве ресурсов, в том числе по мере обновления в режиме реального времени.

Анализ больших данных нередко рассматривают как новое направление бизнес-аналитики. К нему обычно прибегают крупные корпорации, имеющие базы разнообразных данных на многих серверах и разного формата, с целью повышения эффективности своей работы. Однако известны и случаи эффективного использования больших данных государственными институтами, например в целях безопасности.

Многие корпорации в целях безопасности разрабатывают для работы с большими данными собственное программное обеспечение. Могут использоваться также специализированные программные комплексы (Hadoop, Oracle Exadata, Teradata) и статистические программы общего назначения (R, SAS Visual Analytics, IBM SPSS) и др.

Литература

Найдич А. Большие данные – насколько они большие? URL: http: // compress.ru / article.aspx?id=23469 (дата обращения: 01.03.2015)

Сакоян А. Большие данные. URL: http: // polit.ru / article / 2013 / 12 / 09 / ps_bigdata / (дата обращения: 01.03.2015).

Черняк Л. Большие данные – новая теория и практика. URL: http: // www.osp.ru / os / 2011 / 10 / 13010990 / (дата обращения: 01.03.2015)

Conway D. The Data Science Venn diagram. URL: https: // s3.amazonaws.com / aws.drewconway.com / viz / venn_diagram / data_ science.html (дата обращения: 01.03.2015).

О. Терещенко

Брэдшоу Пол, модели коммуникации (**Bradshow's Paul communication models, Брэдшоў Пола, мадэлі камунікацыі**) – модель, включающая ряд стратегий распространения новостей в новых медиа, предложенная П. Брэдшоу.

Пол Брэдшоу – профессор Бирмингемской школы медиа в университете города Бирмингем, журналист и блогер. В 2008 г. в работе News distribution in a new media world (A model for the 21st century newsroom pt4), опубликованной в блоге Online Journalism, предложил для объяснения распространения в интернете новостей модель, которую определил как Push / Pull / Pass. Общепринятого перевода названия этой модели на русский язык не существует, однако Push предполагает давление или навязывание информации, Pull – привлечение внимания и возможность получить желаемое, Pass – передачу новостей пользователями друг другу. Все три составляющие модели используются в маркетинге в качестве стратегий продвижения с конца XX столетия и считаются заимствованными из логистики и менеджмента цепей поставок.

Стратегиям распространения новостей применительно к новым медиа Брэдшоу дает следующую интерпретацию.

Push: tuning in – «подключиться», примером этой стратегии из традиционных медиа является программа передач, которые можно увидеть / услышать, включив телевизор или радио. При включенном телевизоре зритель не может влиять на последовательность предлагаемых передач. Из инструментов новых медиа Брэдшоу отнес к данной стратегии домашнюю страницу сайта и «живые» чаты, которые считает умирающими и не видит для них реальной перспективы.

Pull: picking up – «взять»; в традиционных медиа это, например, напечатанная газета, из которой в удобное время можно прочитать материалы по собственному выбору. В новых медиа

этой стратегии соответствуют отдельные статьи, которые можно скачать в виде PDF файлов, ссылки на страницы с новостями, рассылки по электронной почте, теги, приставки TiVO, видео по заказу, обновление приложений, ленты новостей, поточное видео, подкасты.

Pass: passing on – «передать». Новая и наиболее перспективная, по мнению Брэдшоу, стратегия, не имеющая аналогов в традиционных медиа: оптимизация для поисковых машин (SEO), внешние ссылки, внешние комментарии, пересылка новостей по электронной почте, укорененное на странице видео, блогосфера, отслеживание обратных связей, социальные закладки, голосование за материалы, краудсорсинг, социальные сети, вирусная пересылка ссылок, мэшап, виджет.

Как и в маркетинге, наибольший эффект в распространении новостей новых медиа может быть достигнут при совместном использовании всех трех стратегий.

Литература

Bradshow P. News distribution in a new media world (A model for the 21st century newsroom pt4) 2008, Online Journalism. URL: http: // onlinejournalismblog.com / 2008 / 01 / 02 / a-model-for-the-21st-century-newsroom-pt4-pushpullpass-distribution / (дата обращения: 01.03.2015).

О. Терещенко

Буш Вэннивар (**Bush Vannevar, Буш Вэнівар**) (1890–1974) – американский инженер, изобретатель, разработчик аналоговых компьютеров, известный организатор военной технической науки. Образование: бакалаврская и магистерская степени в колледже Тафтса (Tufts), Массачусетс (1913); объединенная степень доктора философии Массачусетского технологического института (МТИ) и Гарвардского университета (1916). В 1919 г., в один год с Норбертом Винером, поступил на работу в МТИ. В 1927–1930 гг. Буш по совету Винера создал в МТИ дифференциальный анализатор – *аналоговый* компьютер для решения дифференциальных уравнений. Там же в 1936 г. стал научным руководителем докторской диссертации Клода Шеннона, работавшего в то время оператором на дифференциальном анализаторе и получившего впоследствии широкую известность как разработчик *цифровых* релейных и переключательных схем и создатель математической теории коммуникации. В 1939–1941 гг. входит в состав Высшего политического совета, возглавляемого президентом Ф. Рузвельтом, а также занимает пост председателя Комитета по военной политике. В 1940–1947 гг. – председатель Государственного комитета оборонных исследований, Бюро научных исследований и разработок при правительстве США, в этом качестве участвовал в реализации проекта «Манхэттен» (1943–1945). В 1950 г. Буш стал первым президентом созданного по его инициативе Национального фонда науки, которому было суждено сыграть в будущем важную роль в развитии интернета. Этот фонд финансировал в середине 1980-х гг. объединение университетов США и суперкомпьютеров высокоскоростными каналами.

Наиболее заметный вклад в теорию коммуникации Буш внес публикацией статьи «Как мы можем мыслить» (As we may think) в журнале «Атлантика» (The Atlantic) дважды – в июле и сентябре 1945 г. – до и после ядерных бомбардировок Хиросимы и Нагасаки. Выражая беспокойство по поводу использования достижений науки для разрушения вместо понимания, Буш предложил решение данной проблемы путем создания своего рода машины коллективной памяти, которая сделала бы знание более доступным, преобразовав «информационный взрыв» во «взрыв знаний». Концепцию этой машины – Memex (от memory и index) – Буш представлял как базу знаний, имитирующую ассоциативную работу головного мозга и представляющую собой автономную базу данных, снабженных комментариями, а также внутренними и внешними ассоциативными ссылками. Memex нередко рассматривается как прототип первых гиперссылочных систем и баз знаний.

Литература

Bush A. As we may think // The Atlantic. 1945. July. URL: http: // www.theatlantic.com / magazine / archive / 1945 / 07 / as-we-may-think / 303881 / (дата обращения: 01.03.2015).

Bush A. Science Is Not Enough. New York: Morrow, 1967.

О. Терещенко

Вайсман Джуди (**Wajcman Judy, Вайсман Джудзі**) (род. 1950) – ведущий англо-австралийский социолог, занимающаяся проблемами информационно-коммуникативных процессов на основе гендерной теории и методологии исследований науки и технологии (Science and Technology Studies, или STS).

Дж. Вайсман возглавляет кафедру социологии в Лондонской школе экономики (с 2009 г. по настоящее время). До 2009 г. она работала в исследовательской школе социальных наук Австралийского национального университета, а в настоящее время является также научным сотрудником Института проблем интернета в университете Оксфорда. Ее работы переведены на греческий, испанский, корейский, немецкий, португальский, французский и японский языки.

Дж. Вайсман внесла важный вклад в соединение идей феминистской социальной теории с подходом STS. Сборник «Социальное конструирование технологии», который Дж. Вайсман отредактировала вместе с британским социологом Дональдом Макензи, признан ключевым текстом в социологии технологии и переиздавался семь раз после выхода в 1985 г.

По мнению Дж. Вайсман, подход STS долгое время отличался господством исключительно «мужского дискурса», поэтому ее силы как ученого были направлены на то, чтобы состоялся диалог между представителями STS и авторами феминистских разработок по проблемам домашнего труда, домашней техники и репродуктивных технологий. Эти проблемы нашли развитие в ее книге «Феминизм противостоит технологии» (1991), где дан обзор области исследований и аргументировано выстраивание феминистской перспективы в социальных дебатах о науке и технологии. В этой книге Дж. Вайсман проанализировала пути, которыми иерархия, построенная на гендерном различении, глубоко внедряется в проектирование, развитие, распространение и использование технических изобретений, она показала, что технические артефакты сформированы, помимо других социальных влияний, гендерными отношениями. Взаимная конституция общества и технологии, и особенно гендера и технологии, была ключевой темой этой книги Дж. Вайсман.

По мнению Дж. Вайсман, чтобы продвигаться вперед, необходимо продолжить рационализировать наше понимание отношений между ИКТ и гендером так, чтобы не обращаться с технологией или только как с чем-то обязательно патриархальным, или как с однозначно дающим возможности эмансипации. Дж. Вайсман развивает концепцию технофеминизма, подчеркивая, что связь между полом и ИКТ не является неизменно установленной. В то время как процесс проектирования решает многое, технологии все же зависят и от непреднамеренных социальных последствий их распространения и доместикации. Способность пользователей-женщин произвести новые, выгодные для них, «прочтения» технических артефактов зависит от более широких экономических и социальных обстоятельств их жизни. Наблюдаются большие различия женского опыта ИКТ, определяемые географическим местом, национальностью, классом, этнической принадлежностью, возрастом.

Технофеминизм вскрывает, как конкретные методы проектирования, маркетинга, научной и образовательной политики государства приводят к отсутствию определенных пользователей, в частности женщин. И хотя невозможно определить заранее желаемые характеристики технологий и информационных систем, которые гарантировали бы равенство, важно, чтобы женщины были вовлечены в инженерную деятельность по созданию технических инноваций.

Подход технофеминизма подчеркивает, что производство гендера имеет несколько измерений, соединяя материальные, дискурсивные и социальные аспекты. Деконструкция запутанных связей технических атрефактов, культуры и гендерных идентичностей помогает объяснять, почему эта связь оказалась настолько длительной.

Книга Дж. Вайсман «Технофеминизм» включает такие главы, как: «Мужское проектирование технологии» – дается обзор феминистских идей 70-80-х гг. XX в., касающихся науки и техники; отмечается, что в 80-е гг. произошла смена исследовательских приоритетов, и вопрос о женщинах в науке сменился вопросом гендерной обусловленности технологии.

«Реконфигурация технонауки» – охватывает тот же период времени, но внимание сосредотачивается на развитии феминистских взглядов, складывающихся в рамках методологии STS.

«Виртуальный гендер» – критический анализ утопической феминистской литературы, посвященной киберпространству.

«Решение киборга» – исследуется вклад Д. Харауэй в эти дебаты, который Дж. Вайсман критикует.

«Метафора и материальность» – обосновывается попытка сближения киберфеминизма и подхода STS.

То, что Дж. Вайсман называет «технофеминизм», относится к теоретическим усилиям со стороны феминистских авторов, занимающихся проблемами науки и технологии, пытающихся «переоборудовать» STS, внося в структуру этого подхода тематику гендера, долгое время отсутствовавшую в мэйнстриме STS. Ее цель состоит в том, чтобы сохранить критические идеи более ранних дебатов теоретиков феминизма и предложить для технофеминизма путь между утопическим оптимизмом и пессимистическим фатализмом в анализе технологий, в том числе ИКТ.

Литература

Wajcman J. Feminism confronts technology. Cambridge: Polity Press, 1991.

Wajcman J. Managing Like a Man: Women and Men in Corporate Management. University Park: Pennsylvania State Press, 1998.

Wajcman J. Reflections on gender and technology studies: In what state is the art? // Social Studies of Science. 2000. 30(3). P. 447–464.

Wajcman J. TechnoFeminism. Cambridge: Polity Press, 2004.

О. Сергеева

Ван Дейк Тойн А. (van Dijk Teun, ван Дэйк Тойн) (р. 1943) – голландский лингвист, профессор Амстердамского университета, считающийся одним из основателей прагмалингвистики как раздела общей лингвистики текста. Известен своими работами в области изучения этнических предубеждений и стереотипов, конструируемых и воспроизводимых в текстах СМИ. Основные труды: «Некоторые аспекты грамматики текста. Исследование по теоретической поэтике и лингвистике» (1972), «Текст и контекст. Исследования по семантикам и прагматикам дискурса» (1977), «Макроструктуры. Междисциплинарное исследование глобальных структур дискурса, взаимодействия и познания» (1980), «Пристрастие к дискурсу» (1984), «Новости как дискурс» (1988) и др. В своих работах ван Дейк достаточно успешно пытается объединить различные подходы, применяемые в лингвистике текста, социологии знания и когнитивной психологии. Ему удалось выйти за рамки только лингвистического понимания текста с точки зрения функционирования составляющих его языковых единиц (отдельных слов и предложений) и разработать общую схему социокогнитивного анализа дискурса в единстве его языковой формы, значения и действия. В 1980-90-е гг. ван Дейк плодотворно занимается исследованиями роли дискурса образования, СМИ и других государственных институтов в

формировании идеологии, воспроизводстве социального неравенства и регулировании межэтнического взаимодействия. Он приходит к выводу, что в основе представлений субъектов об окружающем мире лежат не абстрактные знания о стереотипных ситуациях и событиях, но личностные, эмоционально окрашенные установки носителей языка, которые могут быть выявлены и описаны с помощью некоторых процедур и моделей. В итоге им была предложена ситуационная модель дискурса СМИ, при описании общего содержания и связности которого вводятся понятия макро- и суперструктур, фреймов и стратегий. Данная модель может быть использована для выявления различий между особенностями функционирования дискурсов традиционных СМИ и НМ. Так, в официальном дискурсе массмедиа всегда доминирует стандартная схема представления информации в рамках суперструктур, которые задают шаблоны для репрезентации специализированных тематических макроструктур, например в выпусках теленовостей. В то же время в условиях сетевой децентрализации и дифференциации НМ каждый пользователь приписывает дискурсу свою макроструктуру, т. е. общие топики или темы текста, которые выводятся из содержащихся в тексте пропозиций и фоновых знаний о мире как прагматически эффективные стратегии использования личного знания. В качестве суперструктур здесь выступают повествовательные схемы, речевые жанры и формат текстов сообщений, задающие форму дискурса. Взаимопонимание достигается через согласование целей и представлений коммуникантов, и реализуется в оперативном режиме путем отбора наиболее значимой для них в данном контексте информации. Тем самым стратегия взаимодействия в НМ выстраивается как последовательность риторических и коммуникативных ходов различной степени сложности без четкой линейной структуры.

Литература

ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. *ван Дейк Т.А.* Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: Книжный дом «Либроком», 2013.

van Dijk T.A. Text and Context. Explorations in the semantics and pragmatics of discourse. London and New York: Longman, 1977.

van Dijk T.A. Macrostructures. – Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1980.

van Dijk T.A. Strategies of Discourse Comprehension. New York: Academic Press, 1983.

van Dijk T.A. News as Discourse. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1988.

А. Сарна

Веб 2.0 (Web 2.0, Вэб 2.0) – метафорическое определение этапа развития Всемирной паутины середины 2000-х гг., когда стали доступными разнообразные сервисы, позволяющие пользователям взаимодействовать друг с другом на сайтах в режиме реального времени, посредством динамического создания сообщений, изменяющих содержание сайтов. Понятие «Веб 2.0» было предложено в

1999 г. Дарси Линуччи и популяризировано Тимом О'Райли начиная с его программной статьи 2004 г. "What Is Web 2.0". В это время стали доступными и популярными универсальные блогерские платформы, первые электронные социальные сети, «Википедия», видеохостинги и т. д. Вместе с тем стали внедряться технологии, позволяющие пользователям не только создавать свой контент, но и оценивать и классифицировать контент других пользователей в режиме реального времени (см.: **тэггинг**).

Всемирная паутина представляет собой систему доступа к содержимому, хранящемуся на различных компьютерах, посредством серверов, универсальных протоколов передачи данных, связанных в сайты гипертекстовых документов и программ-браузеров, позволяющих просматривать их содержимое. Концепция развития Всемирной паутины, заложенная ее основателем Тимом Бернерсом-Ли, изначально предполагала интерактивное взаимодействие

пользователей. Однако к середине 2000-х гг. благодаря ряду технических усовершенствований изменился способ взаимодействия многих пользователей с сайтами и способ времяпрепровождения в интернете: бóльшую роль стала играть коммуникация на сайтах социальных сетей, просмотр видео в интернете, чтение и комментирование новостей на сайтах с постоянно меняющимся содержимым. Термином «Веб 2.0» часто обозначают все сервисы в интернете, которые развиваются благодаря работе пользователей: социальные сети (Facebook, Instagram и т. д.), блоги, Вики-сайты (прежде всего «Википедия»), хостинги видеообмена (YouTube, Vimeo и др.). Ретроспективно понятием «Веб 1.0» стали обозначать эпоху развития Веба, связанную с распространением персональных страниц и сайтов (в отличие от блогов), каталогов (в отличие от поисковиков), пересылкой данных по FTP (в отличие от пиринговых сетей) и т. д. Ключевым признаком «Веб 1.0» часто называется статичность содержания веб-документов.

Определение «Веб 2.0» стало популярным способом краткого описания произошедших изменений; сам О'Райли считает, что это «интегрированный и комплексный подход к созданию и обслуживанию интернет-ресурсов». Тем не менее многие ведущие исследователи интернета, включая Бернерса-Ли, видят в наступивших тенденциях закономерный итог накопленных нововведений. Критики, такие как Евгений Морозов, видят в концепции «Веб 2.0» прежде всего обновленные бизнес-планы по вовлечению пользователей в получение прибыли интернет-компаниями.

Многие авторы, включая О'Райли, стремились выделить ряд характерных черт Веб 2.0, как технического характера (кроссплатформенность, облачные сервисы, обновление содержимого без перезагрузки всей страницы и т. д.), так и социального характера (тэггинг, создание онлайн-сообществ по интересам, поощрение кооперации и возможности саморегулирования диалога с помощью кнопок обратной связи между пользователями, изменения контента сайта и др.).

Направление развития Веба, прянятое Консорциумом Всемирной паутины, касается расширения данных, доступных для чтения компьютерами и развития взаимодействия машинных интерфейсов без участия человека – «семантической паутины». Создание и внедрение метаданных о содержании сайтов позволит машинам упорядочивать и классифицировать эту информацию, что в перспективе также поможет работать с «большими данными», которые сегодня активно накапливаются для дальнейшей обработки.

Продолжая базовую метафору «Веб 2.0», часть исследователей и комментаторов связывают Веб 3.0 с развитием семантической паутины. Тесно связано с этим направлением развития Веба и понятие «интернет вещей», означающее вычислительную сеть из объектов, взаимодействующих друг с другом и с внешней средой благодаря встроенным технологиям. «Интернет вещей» связывает между собой «умные» гаджеты и приборы, позволяя удаленно или автоматизированно контролировать бытовые приборы и домашние системы. Количество объектов, подключенных к интернету, уже превысило количество людей на Земле, и оно продолжает расти.

Дальнейшее развитие взаимодействия «вещей» на основе машиночитаемых данных связано как с усложнением повседневной среды проживания, так и с внедрением новых систем контроля и новыми проблемами цифровой безопасности пользователей. В противовес распространенным сегодня облачным вычислениям (в «облаке» в интернете, а не на машине пользователя) «интернет вещей» также связан с концепцией «туманных вычислений» – переноса облачных вычислений от вычислительных центров к распределенной сети географически разбросанных и подключенных к интернету объектов.

Таким образом, концепция Веб 2.0, популяризованная в середине 2000-х гг., была призвана обозначить актуальные изменения в широко распространенных способах использования интернета: колоссальный рост популярности электронных социальных сетей и участие пользователей в наполнении текстовым, видео- и другим контентом «чужих» сайтов, широкие

возможности классификаци содержимого веб-страниц, доступ к веб-сервисам независимо от технической платформы. Сегодня «Веб 2.0» означает привычный вид Веба, поэтому ведутся поиски новых метафор и обозначения эпохи накопления «больших данных» о поведении пользователей в интернете, образования «глобального мозга» из взаимодействия людей и машин и других перспектив развития Всемирной паутины.

Литература

Anderson N. Tim Berners-Lee on Web 2.0: «nobody even knows what it means» // Ars Technica. 2006. URL: http: // arstechnica.com / business / 2006 / 09 / 7650 / (дата обращения: 01.03.2015).

Graham P. Web 2.0. 2005. URL: http: // www.paulgraham.com / web20. html (дата обращения: 01.03.2015).

Governor J. Web 2.0 Architectures: What Entrepreneurs and Information Architects Need to Know / Governor J., Hinchcliffe D., Nickull D. Sebastopol: O'Reilly Media, 2009.

Morozov E. The Meme Hustler // The Bafler. 2013. № 22. URL: http: // www.thebafler.com / salvos / the-meme-hustler (дата обращения: 01.03.2015).

O'Reilly T. What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. 2005. URL: http: // www.oreilly. com / pub / a / web2 / archive / what-is-web-20.html (дата обращения: 01.03.2015).

Черняк Л. Платформа интернета вещей // Открытые системы. СУБД. 2012. № 7. С. 44–45.

Л. Макарова, А. Широканова

Веб-аналитика (web analytics, вэб-аналітыка) см.: **«Измерение интернет-аудитории»**

Винер Норберт (**Wiener Norbert, Вінэр Норберт**) (1894–1964) – американский математик, основатель кибернетики и теории искусственного интеллекта. Образование: колледж Тафтса (Tufts), Массачусетс (1909), докторская степень в Гарварде (1912), учился также в Кембридже (Англия), Геттингентском университете (Германия), Колумбийском университете (США). В 1919 г., в один год с Вэнниваром Бушем поступил на постоянную работу в Массачусетский технологический институт, где преподавал математические дисциплины и опубликовал сотни научных статей по различным проблемам математики. Винер первым начал проектировать цифровой компьютер и в 1940 г. подал заявку на финансирование в Государственный комитет оборонных исследований, председателем которого был Буш. Винер предлагал использовать в компьютере лампы вместо зубчатых передач или электромеханических реле, двоичную систему исчисления вместо десятичной, а также создать блок памяти для сохранения управляющих сигналов и сведений, которые машина получит в процессе работы. Однако он получил отказ. Через 3 года успехом увенчалась попытка Мэрилендского университета, где был создан первый цифровой компьютер ENIAC.

Во время Второй мировой войны Винер работал в проекте по созданию электрических самонаводящихся систем управления зенитным огнем, в котором также участвовали Клод Шеннон и Уоррен Уивер. Работая над проектом, Винер пришел к выводу, что система управления огнем зенитной артиллерии должна быть системой с *обратной связью*. В 1948 г. он публикует фундаментальный труд об общности законов, действующих в области автоматического регулирования, организации производства и в нервной системе человека «Кибернетика, или Управление и связь в животном и машине» (Cybernetics, Or Control and Communication in the Animal and the Machine). Заслуга Винера состоит в том, что он объединил управление и связь, которую понимал широко, как любые способы передачи информации. Весной 1948 г. Винер организовал еженедельный междисциплинарный семинар по информационным технологиям, который, в частности, выработал концепцию, согласно которой компьютер должен работать в

интерактивном режиме и стать важнейшим средством коммуникации. Некоторые слушатели семинара стали впоследствии создателями компьютерных сетей, в их числе Джозеф Ликлайдер (Joseph Licklider), заложивший основы сети ARPANet.

Винер всегда любил путешествовать, посетил множество стран, участвовал в конференциях, преподавал. В 1960 г. он принял участие в 1-м конгрессе Международной федерации по автоматическому управлению в Москве, также сделал доклад в Политехническом музее и встретился с сотрудниками журнала «Вопросы философии». В переводе на русский язык издано боле 20 его работ.

Литература

Винер Н. Кибернетика, или Управление и связь в животном и машине. М.: Советское радио, 1968.

Винер Н. Кибернетика и общество. М.: Изд-во иностранной литературы, 1958.

Винер Н. Творец и будущее. М.: АСТ, 2003.

Винер Н. Человек управляющий. СПб.: Питер, 2001.

О. Терещенко

Виральность (virality, віральнасць) – способность контента распространяться в электронной сети методом «вирусного заражения», или «сарафанного радио», т. е. посредством распространения ссылки участниками сети с целью поделиться с «друзьями» интересной информацией. В широком смысле слова виральность сообщения может рассматриваться как его популярность. В узком смысле виральность представляет собой измеряемый показатель распространения информации в сети, используемый в сетевом маркетинге, а также в политических и др. организованных кампаниях. Коэффициент виральности (К-фактор) представляет собой произведение числа приглашений от одного пользователя на конверсию от одного приглашения. Например, если разослано 10 приглашений, конверсия которых составляет 0,25, К-фактор будет равен 2,5 (10 × 0,25). Если по 10 приглашений разослали 10 участников сети, требуемое действие (например регистрацию, голосование на сайте или дальнейшую рассылку информации) совершат 25 новых участников. Для того чтобы сообщение было виральным, К-фактор должен иметь значение больше 1. Чтобы предварительно оценить виральность подготавливаемого сообщения, проводится его тестирование (претест).

Литература

Виральность. Механики и метрики. URL: http://community.sk.ru/news/reading/b/advisorblog/archive/2013/03/10/mehanizmy-viralnosti.aspx (дата обращения: 01.03.2015).

Гупта А. «К-фактор»: как посчитать виральность в играх по модели free-to-play. URL: http://siliconrus.com/2014/09/viral-f2p/ (дата обращения: 01.03.2015).

Савельев Д. Что такое виральный контент? URL: http: // texterra.ru / blog / chto-takoe-viralnyy-kontent-infografika.html (дата обращения: 01.03.2015).

О. Терещенко

Вирилио Поль (**Virilio Paul, Вірылья Поль**) (р. 1932) – известный французский архитектор, философ, теоретик медиа. Основные работы: «Бункер: археология» (1975), «Скорость и политика» (1977), «Эстетика исчезновения» (1980), «Критическое пространство» (1984), «Машина зрения» (1992), «Информационная бомба» (1998) и др.

С характерной для католического мыслителя критической позиции Вирилио рассматривает особенности развития современной культуры сквозь призму феномена скорости, который, по его мнению, может расцениваться как главный катализатор динамики западного общества под воздействием технологических инноваций. Начиная с XIX столетия социальные измене-

ния начинаются и разворачиваются настолько стремительно, что мы просто не успеваем подстраиваться под них и реагируем с постоянным запаздыванием на трансформации в городской среде и архитектуре, информационных технологиях, сфере услуг и образе жизни в целом. Процесс тотального ускорения особенно явно проявляется в производственном и маркетинговом цикле разработки всевозможных новшеств, их массовом выпуске и распространении в повседневной жизни. Весьма наглядно Вирилио демонстрирует цепную реакцию и взаимосвязь такого рода новаций в сфере развития визуальных средств массовой коммуникации.

В своей ключевой работе «Машина зрения» он выстраивает своеобразную «историю освещения» и, подобно Ж. Бодрийяру, связывает в единую закономерность развитие «видения» и «видимостей». Они предстают в изложении Вирилио как последовательный переход от одной культурной и технической «формы» к другой, причем каждый период развития характеризуется своим уникальным набором свойств и отношений между возможностями создания, распространения и использования средств визуальной коммуникации. Так, формальной логике образа, характерной для живописи, гравюры и архитектуры, свойственно стремление к реалистическому копированию объектов реальности посредством механических приспособлений и техники подражания природе. Для диалектической логики образа, возникшей с изобретением фотографии и кино, характерно обращение к технике световой и химической фиксации актуальных изображений. Современную парадоксальную логику образа, связанную с появлением голограммы, отличает стремление к подчеркиванию виртуальности – начиная от спецэффектов на видео и заканчивая цифровой оптикой компьютерных симуляций. В рамках создаваемой Вирилио эстетики «дромологии», т. е. теории движения и скорости, где эволюция невозможна без революций (особенно в условиях научно-технического прогресса), выявляется взаимосвязь столь разных явлений, таких как квантовая механика, медиаиндустрия, персональные компьютеры и информационные войны.

Проблематика визуального находит отражение в идеях Вирилио об экранировании и экране как новой границе и поверхности «ускоренной виртуализации». Это проявляется в таких неологизмах, как «телетопографический», «оптический холл», «катодное окно», а также парадоксах «прибытие без отъезда», «однажды наступит день, когда день не будет наступать». Используя гиперболы, Вирилио определяет экран как зону перехода от «материального» к «виртуальному». Книга «Война и кино: материально-техническое обеспечение восприятия» (1984) демонстрирует, каким образом концепция экрана Вирилио соотносится с размышлением о фатальности распространения военных и кинематографических технологий. В этой работе анализируется феномен исчезновения прямого видения хода сражений и распространения механизмов прицела и камуфляжа. В аргументации Вирилио, экран выступает как камера, устройство для «видения без глаза», при помощи которого «взгляды могут убивать», что позволяет использовать его как конечный пункт инструментальной кампании по соединению восприятия и разрушения.

В работе «Война и кино» были высказаны идеи, позволившие предсказать с опережением на семь лет особенности хода первой войны в Персидском заливе, отказ от военных обязательств и использование образов как оружия, когда экран становится реальным театром военных действий. В 2000 г. Вирилио объяснил в интервью свою идею «миража кино» и экрана, имеющего власть превращений: «Экран – участок проектирования изображений из света и тени. Миражи географической пустыни, локуса военных действий в Персидском заливе, подобны таковым в кино». В дальнейшем Вирилио переориентирует дискурс «оптоэлектронной мутации» в техническом обеспечении человеческого восприятия на проблематику «виртуального». Таким образом, возникновение НМ и их популярность во всем мире – это завершающий штрих в нарисованной Вирилио картине глобальных изменений, вполне закономерно подводящей нашу цивилизацию к ситуации непрерывного кризиса и поиска выхода из него в условиях «информационного взрыва».

Литература

Вирилио П. Информационная бомба. Стратегия обмана. М.: ИТДГК «Гнозис», Фонд «Прагматика культуры», 2002.

Вирилио П. Машина зрения. СПб.: Наука, 2004.

Virilio P. Vitesse et politique. Essai de dromologie. Paris: Editions Galilée, 1977.

Virilio P. L'inertie polaire. Paris: Editions Christian Bourgois, 1990.

Virilio P. L'Ecran du désert. Chroniques de guerre. Paris: Editions Galilée, 1991.

Virilio P. The Aesthetics of Disappearance. New York: Semiotext(e), 1991.

Virilio P. Lost Dimension. New York: Semiotext(e), 1991.

Virilio P. War and Cinema: The Logistics of Perception. London: Verso, 1989.

Virilio P. Desert Screen: War at the Speed of Light. London: Bloomsbury Academic, 2005.

А. Сарна, О. Сергеева

Виртуальная реальность (**virtual reality, віртуальная рэчаіснасць**) – понятие, используемое для характеристики особой техногенной среды, которая имитирует трехмерное пространство и способна полностью заменить физическую реальность в том виде, как ее воспринимает человек с помощью своих органов чувств. В качестве универсальных свойств В.Р. можно выделить такие ее характеристики, как специфическое воздействие на пользователя (виртуальное способно производить эффекты, характерные для вещественного), условность параметров объектов (моделируемых и произвольно изменяемых), а также эфемерность присутствия (возможность прерывания и возобновления режима существования в виртуальном пространстве). Понятие В.Р. возникло после успешной технологической разработки трехмерных графических макромоделей физической реальности, созданных при помощи компьютера в Массачусетском технологическом институте в конце 1970-х гг. и передающих эффект полного присутствия в ней человека. Первоначально подобные модели применялись в военной области в обучающих целях, например для имитации процессов управления самолетом. Затем Ж. Ланье применяет название «виртуальная реальность» для обозначения нового компьютерного продукта, и уже в таком виде оно получает широкое распространение в качестве маркетингового ярлыка и понятия массовой культуры. Компьютеризация общественной жизни делает атрибутом повседневности В.Р. в качестве подобия, «компьютерной симуляции» реальных вещей и поступков. В начале нового тысячелетия многочисленные изменения в области экономики, политики, культуры вполне могут быть объединены в целостное видение социального пространства посредством метафоры «В.Р.». В современном обществе сетевая логика информационного обмена постепенно заменяет / замещает традиционную логику социальных взаимодействий. Особую роль в этом процессе выполняют средства массовой информации, которые применяют мультимедийные и интерактивные технологии и, как отмечает М. Кастельс, создают своеобразную символическую среду. В ней реальность (природный мир физических объектов) преломляется и замещается символическими образами, которые становятся уже не средством передачи опыта, а новым опытом, берущим на себя функции и качество прежних форм восприятия и переживания реальности. Такой опыт «симуляции» действительности, или, точнее, создания «симулятивной» реальности, в которой символический образ целиком заменяет собой материальный объект, современные теоретики все чаще называют «виртуальным» опытом, или «виртуализацией». Здесь образы начинают конкурировать друг с другом и претендовать на статус наиболее достоверных, максимально полно отображающих (репрезентирующих) реальность, хотя «на самом деле» ни о какой реальности в прежнем понимании уже не может быть и речи. Более того, современное общество также постепенно целиком «погружается» в опыт символического воспроизводства реальности и начинает восприниматься как «искусственное», целиком сконструированное посредством

«высоких технологий» и воплощенное в них. В таком случае уже можно говорить о «симуляции» не материальных объектов (вещей или людей), но социальных взаимодействий, а также «виртуализации» конституирующих эти взаимодействия социальных институтов и всего общества в целом. Перспектива «виртуализации общества», по мнению Д. Иванова, проявляется как возможность оформления отношений между людьми в виде взаимодействия между образами. Сегодня можно достаточно уверенно говорить о процессах «виртуализации общества», так как оно все больше становится похожим на В.Р. и может описываться теми же характеристиками. В данном случае «виртуализация» – это любое замещение реальности ее симуляцией (символическим образом). Замена может происходить и без помощи компьютерной техники, главное в этом процессе – применение логики В.Р. В этой связи можно говорить о перспективе «виртуализации» социальных взаимосвязей как о возможности снятия пространственно-временны́х ограничений для коммуникативных процессов в любых социальных интеракциях.

А.Сарна

Вульф Кристоф (Wulf Christoph, Вулф Крыстоф) (р. 1944) – известный немецкий философ и антрополог, профессор Свободного университета Берлина, основатель Центра исторической антропологии, приглашенный профессор университетов Лондона, Парижа, Токио, Амстердама и Стокгольма. Основные работы: «Антропология образования» (2001), «Антропология: история, культура, философия» (2004), «К генезису социального» (2005) и др. Обращаясь к исследованию социальных ритуалов, Вульф трактует их как перформативные практики, которые на телесном уровне включают каждого индивида в процессы социализации и инкультурации через бессознательное усвоение общественно значимых норм и правил. Именно перформативность действий социальных акторов обеспечивает им возможность актуальной самоидентификации и самопрезентации, что позволяет не только осуществить персональную субъективацию, но и выстроить отношения с другими, и это можно рассматривать как исходное условие возникновения социума. Исторический и культурный опыт оформляется на коллективном и индивидуальном уровнях за счет приобщения к традиции посредством социального действия и практического знания, приобретенного миметически, т. е. через подражание образцу. При этом основной проблемой современности становится активное вторжение в указанные процессы СМИ и НМ, в результате чего возникают представления о «виртуализации» и «исчезновении» телесности. Ведь, по мнению Вульф, именно в средствах коммуникации реализуются новые формы и способы репрезентации, фрагментации и манипуляции с телом, что приводит к конструированию личности как некоторой более или менее устойчивой констелляции в потоке изменяющихся состояний, образов, идей. Следуя технократической традиции в философии, переосмысленной в 2000-е гг. представителями немецкой рабочей группы Медиа в рамках исследований «культур перформативов», Вульф приходит к выводу, что каждый новый этап в развитии медиа изменяет не только прежний технологический формат коммуникации, но и саму возможность восприятия и осмысления реальности человеком. Поэтому необходимо скорректировать положения теории коммуникации, основанные на кибернетических моделях информационного обмена. «Медиа» должны пониматься не только как «средство», но и как «посредник» и «среда» жизнедеятельности человека. Ведь медиа феноменализируют пространство и наш чувственный опыт, делая доступным для нас и эстетически значимым то, что прежде нами не воспринималось или было недоступно (за счет удаленности на большое расстояние, нахождения в другом временно́м периоде и пр.). Концепт медиа должен быть перформативно переориентирован с процесса «передачи» на «трансформацию» и даже «субверсию» передаваемого. В силу этих обстоятельств историческая и социальная антропология должна комплексно взаимодействовать в едином междисциплинарном поле с философией языка, теорией медиа и практиками актуального искусства.

Литература

Вульф К. Антропология: история, культура, философия. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2008.

Вульф К. К генезису социального. Мимезис, перформативность, ритуал. СПб.: Интерсоцис, 2009.

Wulf C. Anthropology. A Continental Perspective. Chicago: University of Chicago Press, 2013.

Wulf C. Anthropologie kultureller Vielfalt. Interkulturelle Bildung // Zeiten der Globalisierung. Bielefeld: Transcript Verlag, 2006.

А. Сарна

Герменевтический анализ (**hermeneutic analysis, герменэўтычны аналіз**) – исследовательский метод, основанный на процедуре реконструкции латентных смысловых структур в сообщениях СМИ и НМ. Отталкиваясь от основных постулатов классической герменевтики Г.-Г. Гадамера (H.-G. Gadamer) о роли языка и «герменевтическом круге» в процессе интерпретации, У. Оверманн (Oevermann U.), К. Бергер (K. Berger), Г. Шустер (G. Schuster) и др. разработали свою версию «объективной герменевтики», которая во многом соотносима с конверсационным и психоанализом. ГА не придерживается четко прописанной научной эпистемологии и представляет собой набор правил, основанный на опыте эмпирических исследований повседневной межличностной и массовой коммуникации. Базовым постулатом этой версии ГА является процедура понимания в рамках герменевтического круга, которая обусловлена исходными знаниями интерпретатора и расширяется в процессе истолкования, создавая новые условия для понимания. Оверманн считал, что смысловые структуры коммуникации представляют собой своего рода «интерактивные тексты», которые создают объективные структуры значений, репрезентируемые в виде латентных структур значений в самой коммуникации. Таким образом, транслируемый и интерпретируемый текст конституирует социальную реальность со своими правилами и процедурами реконструкции, обусловленными конкретными условиями взаимодействия социальных субъектов. Соответственно, основной целью применения метода является наблюдение, фиксация и анализ проявляющихся в процессе коммуникации объективных смысловых структур интеракций, которые и принимаются за основу всей социальной реальности. Данные структуры могут быть восприняты и описаны как объективные, поскольку они влияют на ситуацию и действия субъектов независимо от их субъективных намерений. Роль первичных источников информации для ГА играют различные последовательности данных – от семейных разговоров до публичных выступлений, которые могут быть зафиксированы и интерпретированы в ходе последовательного и детального анализа. Последовательный анализ осуществляют, когда текст разбивают на меньшие составляющие его фрагменты и выявляют особенности каждого из них во взаимосвязи с другими. Детальный анализ использует расширяющую интерпретационную процедуру, начиная с наименьших единиц значения (отдельные звуки и буквы, слова и фразы), для понимания которых важнейшую роль играет контекст их использования в интеракции. В процессе анализа смысловые структуры текста могут быть выявлены и рассмотрены на следующих восьми уровнях интерпретации как конкретных этапах проведения исследования: 1) экспликация контекста, непосредственно предшествующего созданию текста в качестве систематического условия его изучения; 2) перефразирование всех значений текста в соответствии с представлениями о ней у исследователя; 3) экспликация интенций взаимодействующих субъектов, выявление их намерений и мотивов в соответствии с вербальным предъявлением в тексте; 4) экспликация объективных изменений внутри структуры процесса взаимодействия; 5) выявление и объяснение функций текста при распределении интерактивных ролей;

6) характеристика лингвистических особенностей текста на семантическом, синтаксическом и прагматическом уровнях; 7) экстраполяция особенностей текста на повторяющиеся языковые средства и аспекты отношений, выходящие за пределы данной коммуникативной ситуации; 8) экспликация общих значений и структур при включении в более широкие социальные отношения и процессы. Выявляемые в результате анализа латентные структуры значений обнаруживаются как продукт интуитивных суждений исследователей о соответствии языковых средств текста намерениям субъектов. Так возникает вопрос о соотношении моделей репрезентации с той реальностью, которая реконструируется в ГА, что предполагает освобождение аналитика от необходимости следовать жесткому принципу научной фальсификации.

Литература

Тичер С., Мейер М., Водак Р., Ветер Е. Методы анализа текста и дискурса. Харьков: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2009.

Гадамер Х.-Г. Истина и метод: Основы философской герменевтики. М.: Прогресс, 1988.

Oevermann U. «Becketts Endspiel als Pruefstein hermeneutischer Methodologie. Eine Interpretation mit den Verfahren der objektiven Hermeneutik // Neue Versuche, Becketts Endspielzu Verstehen. Socialwissenschaftliches Interpretieren nach Adorno. Frankfurt: Suhrkamp, 1996. P. 93–249.

Schuster G. Die Objektive Hermeneutik nach Oevermann // Arbeitskreis Qualitative Socialforschung, Verfuehrung zum Qualitativen Forschen. Wien: WUV-Universitatsverlag, 1994. S. 101–115.

А. Сарна

Гиллмор Дэн (**Gillmor Dan, Гілмор Дэн**) – американский писатель и журналист, сферой интересов которого является интернет как возможность для независимых журналистов бросить вызов устоявшемуся сообществу традиционных медиа.

Д. Гиллмор – директор Центра цифрового медиапредпринимательства в университете Аризоны, член Центра интернета и общества Беркмана в Гарвардском университете. Он также автор популярного блога, освещающего новости технологического бизнес-сектора Северной Калифорнии.

Ключевой работой Гиллмора является книга «Мы медиа: народная журналистика – создано людьми и для людей» (We the Media: Grassroots Journalism By the People For the People, 2004). В книге освещается история возникновения блоггерского движения и народной журналистики, роль блоггеров в качестве посредников между информацией и массовой аудиторией. Гиллмор полагает, что в цифровую эпоху свобода выражения принадлежит не только владельцам медиа, а всем людям. Проникновение интернета в нашу жизнь и связанных с ним технологий новых медиа изменяет соотношение сил между читателями и журналистами. В скором будущем новостные репортажи станут скорее беседой или семинаром, линия между потребителями и производителями окажется стертой, эти роли начнут накладываться друг на друга. Коммуникационная сеть станет средой для голосов всех и каждого, а не только тех, кто имеет огромные печатные машины, спутники или допуск на правительственное собрание. Гиллмор высказывает надежду, что политика, журналистика и транснациональные корпорации используют эту возможность, для того чтобы выстроить честные и прозрачные отношения с обществом, идеальным результатом этого процесса станут качественные и надежные СМИ и настоящая демократия. Но, будучи реалистом, Гиллмор сравнивает современные крупные СМИ с динозавром, который не станет умирать спокойно, а попытается подчинить себе новые медиа.

Работа Гиллмора «Медиаактивность: руководство пользователя по поиску, сопровождению и созданию новостей» (Mediactive: a user's guide to finding, following, and creating the news, 2010) представляет собой не обычную книгу, а книгу в цифровом формате, размещен-

ную на веб-ресурсе с возможностью комментирования. Содержание книги составляют советы и рекомендации пользователям новых медиа, освещается работа с основными инструментами интернет-журналистики, с системами управления контентом и другими важными моментами для любого заинтересованного онлайн-идеями активиста. К каждому пункту книги можно задать вопрос или оставить комментарий. Принципы Гиллмора, воплощенные в книге: будьте скептичны, развивайте способность мыслить здраво, смотрите в суть вещей, всегда задавайте вопросы, тренируйте свой ум, выходите из зоны комфорта. Это полезный экскурс для начинающего журналиста поколения «погугли». Книга отражает и обобщает все основные принципы и идеалы журналистики, которые приводил Гиллмор в своих ранних работах.

Литература

Gillmor D. We the Media: Grassroots Journalism By the People For the People. Cambridge: O'Reilly Media, 2006.

Gillmor D. Mediactive. 2010. URL: http: // www.mediactive.com (дата обращения: 06.06.2014).

Gillmor D. Principles for a New Media Literacy. Berkman Center for Internet & Society, 2009. URL: https: // cyber.law.harvard.edu / sites / cyber.law.harvard.edu / files / Principles%20for%20a %20New%20 Media%20Literacy_MR.pdf (дата обращения: 20.06.2014).

Л. Макарова

Гипертекст (**hypertext, гіпертэкст**) – появившийся благодаря развитию компьютерных технологий нелинейный формат организации пространства содержания текста, который предполагает любую, зависящую от читателя, последовательность связи текстовых элементов. Если процесс мышления есть сложное единство инсайтов, то и гипертекст воспроизводится как сеть смысловых элементов, отражающих движение мысли или ассоциативных озарений человека. Цифровые системы для информационного хранения и редактирования, обычно известные как базы данных, показали новые пути использования текстового материала. В созданной компьютерной базе данных «поверхность чтения» была отделена от сохраненной информации. Такая конструкция разделила текст на два независимых технологических уровня: интерфейс и носитель данных. Социальное значение изобретения состояло в том, что массивы данных могли просматриваться, изучаться и обновляться несколькими людьми сразу из различных мест земного шара. Оформились действия, которые значительно изменили практики, называемые нами «чтение» и «письмо».

Идеи о пределах выразительных возможностей традиционных текстов, запечатленных на бумаге, начали высказываться с середины XX века. Американский философ и теоретик в сфере информационных технологий Т. Нельсон в 1965 г. провозгласил, что система книги не позволяет гибко приспосабливаться к интересам специфического читателя, однако система с компьютерно-управляемым дисплеем и ассоциированными множествами памяти создает новую удобную среду, позволяющую читателю находить его уровень, удовлетворять его вкус. Согласно утверждению Т. Нельсона, термин «гипертекст» был изобретен уже в 1963 году, двумя годами раньше, чем это слово впервые появилось в печати. Концепция гипертекста излагалась Т. Нельсоном на конференции, состоявшейся в августе 1965 года, и была опубликована в итоговых материалах. Т. Нельсон писал о том, что ход размышления человека является нелинейным. «Мы думаем гипертекстуально, мы говорим гипертекстуально, так почему же мы не пишем гипертекстуально? Традиционное письмо подобно процессу преобразования дерева мыслей в их частокол», – таковы основные доводы Т. Нельсона в поддержку нового для середины XX века способа упорядочения информации. Т. Нельсон подчеркивал, что гипертекст – это совокупность связанного материала, который почти невозможно хранить и представлять на бумаге, оптимальной и естественной средой для гипертекста является компьютер. Однако

в работе «Литературные механизмы», изданной в 1981 г., это определение им было несколько пересмотрено и изменено, поскольку Т. Нельсон включил туда также и печатные тексты, констатировав: «Под гипертекстом я просто подразумеваю произведение, содержание которого представлено в неупорядоченной, нелинейной последовательности» (Gunder, 2004: 207).

Вслед за Т. Нельсоном целый ряд исследователей приступили к техническому воплощению гипертекста. Инженер-информатик Дуглас Энгельбарт, глава Исследовательского центра роста в Сан-Франциско, был очарован способами, которыми вычислительная технология могла использоваться для усиления человеческого интеллекта. В результате его работа также послужила развитию концепции гипертекста. В 1968 году на конференции специалистов по компьютерным технологиям Д. Энгельбарт представил устройство oNLine System (NLS), на платформе которого действовал интерактивный журнал, сохраняющий более 100 тыс. статей, сообщений, записок, связанных перекрестными ссылками, все они были доступны через связи гипертекста. Его выступление включало также «живую» видеоконференцию с сотрудниками, находящимися в лаборатории на расстоянии нескольких десятков километров. Прошедшая демонстрация впервые показала, что компьютерная технология может быть интерактивной. Однако стремления Д. Энгельбарта были далеки от простой разработки интерактивного инструмента для человеческого труда или развлечения. В его работе ключевую роль играли идеи о том, каким образом действует человеческое сознание, строящееся не по строго линейному принципу, а как сеть мыслей. Используя сетевой принцип строения гипертекста, он теоретизировал о том, что может сделать интеллект людей более эффективным, и пытался создать метод совместного распределения знания. Название его книги 1962 года, в которой изложены основы NLS, определяет логику видения Энгельбарта: книга называлась «Усиление интеллекта человека: обоснование концепции». Идеи Д. Энгельбарта опережали свое время, и даже сегодня его вклад широко неизвестен.

Молодой программист, которого не знали вне пределов CERN (Centre Européen pour la Recherche Nucléaire), швейцарской лаборатории ядерной физики, независимо от ранее сделанных другими исследователями разработок повторно изобрел гипертекст. Это был англичанин Тим Бернерс-Ли, именно он, в конечном счете, создал всемирную паутину. Он написал в своей книге «Сплетая сеть», что, когда он приступал к работе в 1980 г. по программе, названной им «Enquire» (сокращение от Enquire Within Upon Everything), он был мало знаком с работой Т. Нельсона, и не знал идей Д. Энгельбарта. Задача «Enquire» состояла в том, чтобы решить проблемы координации данных CERN'а. Лаборатория имела огромный массив информации по большом количестве исследований, сохраненных на множестве компьютеров и во множестве форматов. Проектируемый Т. Бернерсом-Ли Enquire должна была стать ключом решения этой проблемы. Enquire работала по принципу карты, сводящей в единую систему все сведения: страницы в системе напоминали перечень, и единственный способ создать новые страницы состоял в том, чтобы связаться с уже существующими. Enquire имела два вида гиперсвязей: «внутренние» – соединяли данные между страницами в отдельном файле, и «внешние» – соединяли различные файлы. Это мало чем отличалось от сети, разработанной Т. Бернерсом-Ли позже.

Когда Т. Бернерс-Ли начал свою работу, гипертекст использовался главным образом в пределах программ и баз данных, открывая читателям переход от одной части базы данных к информации, сохраненной в другой части. Инновация Т. Бернерса-Ли, имевшего опыт администратора компьютерной сети, состояла в том, что гипертекст стал соединять данные компьютеров «во внешнем мире» за пределами организации. Это было важно в CERN'е, где связывались компьютеры в различных зданиях и в некоторых отдаленных местах. Найденное Т. Бернерсом-Ли решение не заставляло несовместимые машины соответствовать единственному стандарту, но оно синхронизировало хранящиеся данные. Синхронизация достигалась

созданием HTTP, компьютерного языка, который сделал возможным работу в широких сетях, как это делает сегодня интернет.

Когда в 1992 году World Wide Web, «Всемирная паутина», была предана гласности, концепция соединения всего со всем через гипертекст, когда-то предложенная Т. Нельсоном, была осознана и понята в полной мере. После того как в начале 1993 г. был выпущен мозаичный браузер (то есть программа для просмотра веб-страниц), гипертекст часто стали называть наиболее революционной новой формой технологии коммуникации начиная с появления телевидения – и возможно наиболее существенной – начиная с изобретения печати И. Гутенбергом, поскольку произошла демократизация и чтения, и письма. Возникнув, сеть продолжает расти, и, кроме того, гипертекст развивается в других интерактивных медиа, например в электронных книгах (e-book), компьютерных играх и интерактивном телевидении.

Практически в унисон с размышлениями инженеров-разработчиков Т. Нельсона, Д. Энгельбарта, Т. Бернерса-Ли о социальном и гуманистическом смысле их изобретений в философии, литературной критике, лингвистике формируется комплекс родственных идей о нелинейности как новом процессе бытования текстов. В концепциях Ж. Деррида, Ю. Кристевой, М. Бахтина, Ж. Женетта, Р. Барта, Ж. Делёза даётся видение меняющейся реальности общества и культуры.

Ж. Деррида провозглашает конец монополии линейного письма, утверждая, что форма книги сменяется единой непрерывной средой совокупности текстов. Произведения проникают друг в друга, оставляя «следы». Ю. Кристева, размышляя о ситуации, в которой слова и книги превратились в постоянно умножающийся поток, находясь внутри которого невозможно не повторить или не сделать ссылку на что-то уже однажды написанное, вводит определение «интертекстуальность». По мысли М. Бахтина, тексты живут в непрерывном диалоге, Р. Барт пишет о сети переплетающихся внутренних ходов между всеми существующими текстами, Ж. Женетт оперирует понятием «палимпсесты», говоря о процессах взаимоприсутствия частей разных произведений в одном тексте. Наконец, Ж. Делёз образно и вместе с тем точно классифицирует творческий хаос современного мира метафорой «ризома» (см.: **безмасштабная сеть**). Благодаря усилиям перечисленных авторов сложилась философская традиция осмысления «текста без границ» и новой социальности, где действуют «коды» и «потоки».

Литература

Шартье Р. Письменная культура и общество. – М.: Новое издательство, 2006.

Gunder A. Hyperworks. On digital literature and computer games // Publications from the section for sociology of literature at the department of literature Uppsala University. – 2004. № 48.

Landow G. P. Hypertext 2.0: The convergence of contemporary critical theory and technology. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1997.

Landow G. P. Hypertext, hypermedia and literary studies: the state of the art / Landow G., Delany P. // Hypermedia and Literary Studies / ed. by George Landow and Paul Delany. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology Press, 1991. P. 3 – 50.

О. Сергеева

Гонтлетт Дэвид (**Gauntlett David, Гонтлет Дэвід**) (р. 1971) – британский социолог, исследователь медиа, медиатеоретик.

Гонтлетт изучал социологию в университете Йорка и университете Лидса, где преподавал до 2002 г. В 2002 г. был назначен профессором медиа и исследований аудитории в университете Борнмута, с 2006 г. – профессор медиа и коммуникаций университета Вестминстера.

В 2007 г. Гонтлетт предложил концепцию «Исследований медиа 2.0», вызвавшую обсуждения среди британских исследователей. Гонтлетт отмечает, что в эпоху 2.0 (см.: **Веб 2.0**) аудитории становятся намного активнее, роли потребителей и производителей смешиваются,

поэтому должны измениться и подходы к анализу медиа. Гонтлетт предлагает различать «Исследования медиа 1.0», где значительное место отводится экспертному знанию и крупным медиакомпаниям, новые медиа рассматриваются как дополнение старых, а аудитория определяется через пассивное потребление медиа. Для «Исследований медиа 2.0», соответственно, характерно следующее: внимание к повседневным значениям участников аудитории, к независимым медиапроектам; исследования охватывают международный (не только западный) опыт; признается, что новые медиа изменили способ обращения со всеми без исключения медиа, а аудитория представляет собой множество интерпретаторов медиаконтента. Таким образом, происходит отход от дихотомий «получатель – производитель», «аудитория – элиты». В целом аудитории рассматриваются как активные производители контента и значений. Идея Гонтлетта нашла как сторонников, так и критиков, подчеркивавших преждевременный характер заявлений о сверхактивности аудитории.

Изменению аудитории в новых медиа и превращению пользователей в производителей и потребителей медиа посвящена и наиболее известная из 12 книг автора – «Создавать – значит связываться: социальное значение креативности, от “Сделай сам” и вязания до YouTube и Веб 2.0» (2011), где автор рассматривает творчество в повседневной жизни, сообщество и социальный капитал в цифровую эпоху. Он рассматривает творчество как «социальный клей» сообщества, изменяющий к лучшему социальную среду обитания. Такая позиция подчеркивает положительные социальные последствия «цифровой культуры участия», что дополняет понятие просьюмеризма (см.: **краудсорсинг**).

Литература

Gauntlett D. Making is Connecting: The social meaning of creativity from DIY and knitting to YouTube and Web 2.0. Cambridge: Polity Press, 2011.

Gauntlett D. Media Studies 2.0. 2007. URL: // http: // www.theory.org. uk / mediastudies2.htm (дата обращения: 01.03.2015).

Creeber G., Martin R. Digital Cultures: understanding new media. -Maidenhead: Open University Press, 2009.

А. Широканова

Данбара лимит (**Dunbar’s limit, Данбара ліміт**) – когнитивно ограниченное число межличностных связей, активно поддерживаемых индивидом. Основываясь на исследовании поведения приматов, древних людей и домодерновых обществ, британский профессор эволюционной антропологии Робин Данбар (Оксфорд) в 1992 году определил когнитивно обусловленный (объемом неокортекса) лимит поддающихся поддержке стабильных социальных связей (а именно 148). По сути, число Данбара описывает емкость ближайшей сети отношений пользователей (т. н. сильные социальные связи – родные, друзья и коллеги), на которую приходится подавляющая часть медийной активности человека.

Ряд исследователей считают данное число характерным для структурных, социализационных и коммуникативных ограничений древних и современных обществ, которые могут быть сняты в постиндустриальном глобальном информационном обществе. Социальные медиа предоставляют возможность «дешевого» приобретения и поддержания большого количества слабых связей и одновременное снижение интенсивности и / или количества сильных связей, т. е. теоретически возможную, определенную переконфигурацию заданного лимита внимания человека (его когнитивного ресурса). Исследования структуры социальной сети Facebook и сервиса микроблогов Twitter в целом подтвердило устойчивость данного лимита.

Литература

Данбар Р. Лабиринт случайных связей. М.: Ломоносов, 2012.

Dunbar R. I. M. Neocortex size as a constraint on group size in primates // Journal of Human Evolution. 1992. Vol. 22. № 6. P. 469–493.

Gonçalves B. Modeling Users' Activity on Twitter Networks: Validation of Dunbar's Number / B. Gonçalves, N. Perra, A. Vespignani // PLoS

ONE. 2011. Vol. 6. № 8. URL: http: // journals.plos.org / plosone / article?id=10.1371 / journal.pone.0022656 (дата обращения: 27.03.2015).

А. Камаровский

Дебре Режи (Debray Regis, Дабрэ Рэжы) (р. 1940) – французский медиатеоретик, политик и журналист, историк культуры и технологий коммуникации. Профессор социологии Лионского университета (Франция). Получил известность после разработанной им теории исторического развития коммуникаций – «медиологии». Основные работы: «Курс общей медиологии» (1991), «Жизнь и смерть образа» (1992), «Манифест медиа» (1996), «Культура Передачи» (2000) и др. Дебре подчеркивает необходимость обратить внимание исследователей медиа не только на средства коммуникации, но прежде всего на функциональный аспект передачи сообщений. В отличие от коммуникации, осуществляемой в виде синхронного процесса взаимодействия между социальными акторами в общем для них пространстве, «передача» (transmission) информации, по мнению Дебре, осуществляется преимущественно во времени и представляет интерес для изучения прежде всего в диахронно-исторической перспективе. В ее основе лежит техническая реализация процесса переноса информации от поколения к поколению посредством материального носителя. Передача как историко-культурный феномен всегда осуществляется в медиасфере – наделенной собственным пространством и временем техносоциальной среде, обеспечивающей обмен сообщениями. Медиасфера складывается из логосферы (письмо), графосферы (книгопечатание) и видеосферы (аудиовизуальная техника), которым свойственны соответствующие парадигмы (миф-логос-имаго), влияющие на символический канон (религии-системы-модели) и формирующие социальные классы (церковнослужители – интеллигенция – журналисты и пропагандисты). Происходит постепенное замещение догмы знанием, которое затем сменяется информацией, подобно тому, как проповедь вытесняется публикацией и образом. Однако Дебре указывает, что такое противопоставление служит лишь выделению идеальных типов и демонстрации логики значимых разрывов, где каждый изолированный элемент обретает смысл через различия, так что каждую сферу нельзя рассматривать отдельно от других, но лишь в их взаимосвязи. Критическое отношение Д. к современности определяется тем, что, по его мнению, сейчас физический перенос информации принимается за социальную передачу знаний, что устраняет необходимость посредника между актуальными текстами и потенциальными читателями, а также принижает роль издательского института с его классическими атрибутами каталогизации, отбора и иерархизации информации. Это приводит к расширению зон мобильности и сужению поля исторического сознания, усилению технических манипуляций и ослаблению символических связей. Индустрия пользуется стремительным усовершенствованием средств связи и развитием систем коммуникации, значительно опережая по скорости институты, использующие медленный темп передачи. Так технологическое ускорение приводит к нарушению равновесия между материальным и институциональным измерениями традиции как системы, с древнейших времен осуществляющей культурное наследование и распределение символических благ. Д. усматривает в этом инверсию целого и части, а также подчинение длительного эфемерному, что можно расценивать как признак кризиса западной цивилизации.

Литература

Дебре Р. Медиология. М.: Праксис, 2010.

Debray R. Cours de médiologie générale. Paris: Gallimard, 1991.

Debray R. Vie et mort de l'image: Une histoire du regard en Occident. Paris: Gallimard, 1992.

Debray R. Manifestes médiologiques. Paris: Gallimard 1994.

Debray R. Media Manifestos: On the Technological Transmitting of Cultural Forms. Londres: Verso, 1996.

Debray R. Transmitting Culture. New-York: Columbia University Press, 2000.

А. Сарна

Дженкинс Генри (**Jenkins Henry, Джэнкінс Генры**) (род. 1958) – ученый в области медиаисследований и субкультуры поклонников популярных произведений (сообществ фанатов). Известен своей концепцией конвергенции культуры, которая описывает сосуществование «старых» медиа, пришедших в современную эпоху из XX в., и цифровых технологий коммуникации XXI века. Г. Дженкинс – сторонник медиаобразования и развивающей личность медиаграмотности, а также он защитник видеоигр, критикующий очень распространенное мнение об однозначно негативных эффектах средств коммуникации в распространении насилия (и прежде всего агрессивности видеоигр). Значительное внимание он уделяет вопросам гендера и сексуальности, поднимая их во многих своих научно-исследовательских работах.

Г. Дженкинс получил степень магистра в области исследования коммуникации, закончив университет штата Айова, а его Ph. D. степень получена по направлению «коммуникативные искусства» в университете Висконсин-Мэдисон. Он был много лет соруководителем программы сравнительных медиаисследований в Массачусетском технологическом институте (MIT), который он помогал создавать. В 2009 г. Г. Дженкинс стал профессором коммуникации, журналистики, и кинематографических искусств Аннебергской школы коммуникации и кинематографических искусств.

Вклад Г. Дженкинса в область изучения средств коммуникации связан с идеей об отсутствии барьера между текстом и читателем / аудиторией / поклонником-фанатом. В своей книге 1992 г. «Захватчики текстов: телевизионные фанаты и культура участия» Г. Дженкинс отметил, что стремление поклонников какого-либо произведения (например телесериала) погрузиться во все подробности жизни их любимых героев, а также фантазии о том, как они сами попадают в показанный на экране любимый ими мир, часто рождает собственные фанатские истории, различные по жанру, расширяющие оригинальный текст. Создаваемые фанатами тексты основываются на некоторых содержательных «пробелах» или оставленных линиях повествования, которые можно найти в пределах любимого произведения.

Г. Дженкинс использует термин «создание мира», чтобы обратить внимание на сотворение вымышленного пространства, которое объединяет тексты фанатов наряду с каноническим исходным материалом, и в пределах которого фанат может жить как внутри логичной и гармоничной «экосистемы». Г. Дженкинс исследует способы взаимодействия поклонников с текстами, что связано, по мнению ученого, с жанровыми особенностями и сюжетом исходного оригинального произведения. Он также обращает внимание на широкое медийное разнообразие текстов, которые рождаются творческой энергией фанатов: литературные художественные произведения, видео, музыка и др. Г. Дженкинса интересуют творческие действия фанатов, позволяющие им рассматривать себя в качестве сильного сообщества.

В своих работах Г. Дженкинс фокусирует внимание на популярных текстах, привлекших большое количество поклонников (появление этих произведений привело к созданию сообществ фанатов). Он исследует различные способы, как эти тексты могут читаться, интерпретироваться и повторно воссоздаваться поклонниками. В анализе культуры участия Г. Дженкинс

обращает внимание на особую роль женщин. Например, в фанатском творчестве можно, по его мнению, обнаружить тенденцию воображения героев произведения в романтических или сексуальных ситуациях, которых нет в исходном тексте. Г. Дженкинс также отметил важность взаимодействия поклонников с создателями произведений. Еще в эпоху до интернета под давлением квир-сообщества производители популярных «Звездных войн» пошли на уступки этого сегмента аудитории и включили – хотя и неявную – линию квир-истории в развитие сюжета.

Дженкинс разрабатывает концепцию конвергенции культуры, направленную на понимание пересечения старых и новых средств коммуникации, массовых и корпоративных, на дуализм власти производителей информации и ее потребителей. Хотя многое в его ранних исследованиях о фанатских сообществах было адресовано традиционным медиа и доцифровым способам коммуникации, Г. Дженкинс отметил большое воздействие интернета и новых медиа на деятельность фанатов. Он показал, что ранний интернет, связывавший сетью только научно-исследовательские лаборатории в университетских городках, давал возможность главным образом мужчинам создавать сообщества для обсуждения медиа-текстов подобных «Твин Пикс». Г. Дженкинс рассмотрел, как фанаты создают коллективное знание о своих любимых произведениях. Например, в ситуации с «Твин Пикс» поклонники фильма использовали кассеты и видеопроигрыватели, для того чтобы найти мельчайшие детали в телевизионном тексте. Это явление было воплощено в дальнейшем в созданных фанатами wiki-ресурсах, посвященных нескольким медиатекстам, особенно известно это явление в связи с телевизионным шоу «Потерянный» (Lost).

В «Культуре конвергенции» (2006 г.) Г. Дженкинс подчеркивает характерную особенность современности: поскольку новые медиа сосуществуют сегодня наряду с традиционными, то производители медиапродуктов начали понимать и использовать потенциал прибыли, который достигается созданием больших трансмедиальных миров. Например, появление кинофильма поддерживается выпуском компьютерной игры, изданием комикса и т. д. Дженкинс – участник Консорциума культуры конвергенции, цель которого – поддерживать диалог между исследователями медиа и представителями медиаиндустрии.

В 1998 г. Г. Дженкинс издает совместно с Джастин Касселл собрание эссе и интервью по проблематике гендера и компьютерных игр «От Барби до Мортал Комбат». Эти эссе сделали многое для того, чтобы расширить возможности критического анализа опыта компьютерных игр девочек и женщин-геймеров. В MIT Г. Дженкинс работал над играми жанра «образовательные аркады», изучая способы использования видеоигр в целях обучения.

Г. Дженкинс с энтузиазмом относится к возможностям новых медиа предоставлять современному обществу не существовавшие раньше способы социального участия в сфере политики, культуры, бизнеса и досуга. По этим и другим вопросам он часто высказывает мысли в своем блоге Confessions of an Aca-Fan.

Литература

Jenkins H. From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games / Eds. Cassell, Justine and Henry Jenkins Cambridge, MA: MIT Press, 1998.

Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press, 2006.

Jenkins H. Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture. New York: Routledge, 1992.

О. Сергеева

Дигитализация (digitalization, дігіталізацыя) – глобальные процессы замены аналоговой электрической техники, приборов и устройств на цифре. Ведет свою историю от цифровых релейных сетей, которые в начале 1940-х гг. К. Шеннон разрабатывал для компании Bell

Telephone Laboratories с целью усовершенствования телефонной и телеграфной связи. Можно выделить три основных направления процессов дигитализации. *Создание цифровой инфраструктуры*, основными этапами которого стали первый цифровой компьютер (ENIAC, 1943), первая электронная компьютерная сеть (ARPANet, 1969), персональные компьютеры (1969), сеть интернет (1983), Всемирная паутина (www-узлы и протоколы передачи данных, 1993), технологии беспроводной связи (начиная с 1991 г.). *Дигитализация сферы услуг*, в первую очередь услуг связи (электронная почта, с 1965 г., месенджеры – системы мгновенного обмена сообщениями), банковских услуг (банкоматы с использованием пластиковых карт с закодированной магнитной полосой – с 1973 г., банковские переводы, интернет-банкинг), транспортных (компьютерные системы резервирования билетов – с начала 1980-х гг.), информационных услуг (интернет-СМИ – по мере развития веб, цифровое телевидение), торговых услуг (магазины, аукционы, электронные деньги), государственных услуг (программы Электронного правительства в большинстве стран мира) и др. *Дигитализация бытовых устройств:* фотовидеокамер (с 1993 г.), MP3- и DVD-плееров, диктофонов, смартфонов, планшетных компьютеров и др.

Развитие процессов дигитализации тесно связано с возможностями оцифровки информации, предназначенной для пересылки и хранения в электронных системах. Характерно, что начало цифровой эры Мартин Гилберт (Martin Hilbert) связал не с распространением цифровой техники, а с объемом цифровой информации и отнес его к 2002 г., начиная с которого более половины всей информации на планете стало храниться в цифровой форме. Немаловажную роль в наступлении цифровой эры сыграло широкое распространение бытовых цифровых устройств, позволяющих пользователям интернета наполнять цифровой информацией персональные веб-ресурсы.

О. Терещенко

Дискурс новых медиа (**new media discourse, дыскурс новых медыя**) – понятие, которое используется для описания лингвостилистических особенностей коммуникативных практик, осуществляемых на основе новейших ИКТ. На микроуровне ДНМ может охватывать каждое отдельное высказывание как самостоятельный текст (устный, письменный или изобразительный), рассматриваемый в социальном контексте и дающий представление об участниках и условиях коммуникации; на макроуровне – все типы коммуникации в НМ, ориентированные на обсуждение действий, событий, фактов и высказываний значимых аспектов социальной жизни. При обращении к организации речевой практики в системе НМ Д. как функциональная специализация языковой подсистемы определяется особенностями поведения пользователей в условиях КОК, мобильной телефонии, персонального телевидения и видеоигр. Лексико-семантическую основу ДНМ составляют элементы компьютерного жаргона и различных «медиалектов», специфика которых задается ситуацией взаимодействия пользователей в зависимости от технологических форматов НМ. Это приводит к размыванию жанровых границ речевых практик в Сети, насыщению их новыми языковыми единицами и неформальными способами общения в противовес официально принятым нормам публичной коммуникации в рамках литературного языка. ДНМ строится на основе гибридных функциональных стилей, поскольку совмещает традиционно выделяемые стилистические группы речи (устно-разговорные и письменно-книжные), а также специализированные и субкультурные арго пользователей различных СМК. В результате для НМ характерно наличие не одного, но множества различных типов и видов дискурсов, функционирующих одновременно как автономные и гетерогенные коммуникативные практики.

Литература

Анненкова И.В. Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. М.: Изд-во МГУ, 2011.

Йоргенсен М., Филлипс Л. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008.

Матисон Д. Медиадискурс. Анализ медиатекстов. Харьков: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2013.

Тичер С., Мейер М., Водак Р., Ветер Е. Методы анализа текста и дискурса. Харьков: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2009.

Щипщина Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: лингвистический аспект анализа. М.: КРАСАНД, 2010.

Discourse as structure and process. Discourse studies: a multidisciplinary introduction. Vol. 1. London: Sage Publication, 1997.

А. Сарна

Дискурса анализ (**discourse analysis, дыскурса аналіз**) – направление изучения медиатекстов, получившее широкое распространение в рамках социолингвистической парадигмы исследований контента СМИ. Под дискурсом здесь понимается, как правило, социально или идеологически обусловленный тип сообщений, характерный для разных видов медиа. Впервые понятие «анализ дискурса» использовал американский лингвист З. Харрис (Z. Harris) для распространения дистрибутивного подхода на изучение сверхфразовых единиц языка. ДА вышел за рамки сугубо академического метода в 1960-е гг. во Франции при попытке соединения лингвистики, марксизма и психоанализа в рамках общих тенденций развития структуралистской идеологии. В работах основоположников этого направления – Р. Якобсона, Э. Бенвениста (E. Benveniste), Р. Барта (R. Barthes), Ж. Лакана (J. Lacan) и др. продолжалось соссюровское разделение языка и речи при попытке соединения их с теорией речевых актов, лингвистикой устной речи, когнитивной прагматикой текста и т. д. В дальнейшем представители АД стремились создать такую технику интерпретации, которая выявляла бы идеологические, политические, религиозные и пр. предпосылки организации речевой деятельности, присутствующие в текстах различных сообщений как их скрытая или явная ангажированность. Это и стало программным ориентиром и общей целью дальнейшего развития данного научного направления. Работы таких лингвистов, как М. Пешо (M. Pêcheux), П. Серио (P. Sériot), Н. Фэркло (N. Fairclough), Т. ван Дейк (T. A. Van Dijk) и др., инициировали появление различных исследований и целой отрасли знания, которая реализовалась во многих национальных школах дискурс-анализа. ДА опирается прежде всего на установки социального конструктивизма и применяет, как правило, смешанные техники анализа. Наиболее востребован на данный момент критический дискурс-анализ, в рамках которого исследователи стремятся к пониманию того, каким образом всякий «порядок дискурса» укореняется в социальном порядке и как речевая деятельность обусловлена конкретным социокультурным контекстом. Чтобы выявить этот эффект, нужно понять, каким образом в сложившемся порядке дискурса реализуются определенные дискурсивные практики по производству, распространению и интерпретации медиатекстов. При этом в рамках критического дискурс-анализа текстовый (лингвистический) анализ дополняется макро- и микросоциолингвистическим анализом, а также методами других научных дисциплин (социологии, психологии, этнологии и пр.) в зависимости от того, на какой из аспектов функционирования НМ обращено внимание исследователя. Общая методика дискурс-анализа практически всегда выстраивается как модель качественного содержательного анализа, которая в отличие от формально-количественных методик (например контент-анализа) способна выявить не только явно присутствующие и отчетливо фиксируемые текстовые

данные, но и скрытые, латентные смыслы сообщения. Процедура эмпирических исследований в рамках анализа дискурса выглядит как ряд последовательно задаваемых вопросов: как сформировался данный тип дискурса; какие изменения фиксируются в нем за определенный период времени; к какой аудитории он обращен и в каких социальных сферах задействован; какие явные и скрытые сюжеты, жанры и сценарии (когнитивные схемы, идеологические программы, моральные оценки) в нем реализуются; какие риторические, логические и эстетические средства для этого используются; в чем проявляется специфика выразительных средств сообщения; кто является их носителем (производителем речевой практики); в каких отношениях с другими дискурсами (возможно, конкурирующими) они находятся; насколько успешен (эффективен) данный тип дискурса и какова сила его влияния на аудиторию.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.