

Copyright © 2018 by Academic Publishing House Researcher s.r.o.



Published in the Slovak Republic
European Journal of Philosophical Research
Has been issued since 2014.
E-ISSN: 2413-7286
2018, 5(1): 3-18

DOI: 10.13187/ejpr.2018.1.3
www.ejournal17.com



Articles and Statements

Methodology of Media Research in the “Era of Digital Civilization”

Eugeny Y. Dugin ^{a,*}

^aAcademy of media industry, Russian Federation

Abstract

The article deals with the problem of methodology of media communication research in the context of digitalization of economic and social development of the state and society. According to the author' opinion, the cultural component in the sphere of communications allows us to talk about the change of the methodological paradigm of media as a special theory of the formation of meanings in network-based types of communication.

Keywords: methodology, theory, communication of media, era of digital civilization.

1. Введение

Цифровая революция предоставляет богатые возможности для создания базы больших данных (big data) о миллиардах людей. Благодаря компьютерным технологиям государственные структуры власти, управления и бизнеса могут не только накапливать колоссальное число сведений о ежедневном поведении огромных масс населения, но и обрабатывать этот огромный массив мегаинформации, подвергать тщательному анализу личные данные всех и каждого. Поначалу прагматичная задача изучения потребительского спроса покупателей с целью монетизировать их поведение, благодаря цифровой обработке данных, в современных условиях превращается в способ моделирования поведения людей и управления гражданами в политических целях.

Цифровизация так глубоко проникла в повседневность и стремительно совершенствует свой инструментарий с помощью компьютерных технологий и искусственного интеллекта, что уже сегодня можно говорить о возникновении *эры цифровой цивилизации*, основанной на базе больших данных о поведении людей и способной решать не только задачи контроля общества, но даже, благодаря успехам биохимии и генетики, определять будущие формы жизни, которые в перспективе могут населять планету. В цифровой цивилизации немаловажное место отводится медиа, информационно-коммуникативным процессам, представляющим собой, образно говоря, нервную систему общественного и государственного устройства. И в этом смысле изучение закономерностей медиапроцессов актуализируется в условиях бурного развития сетевого общества как основы цифровой цивилизации.

* Corresponding author
E-mail addresses: e.dugin@yandex.ru (E.Y. Dugin)

Методология исследования медиа в классическом понимании основывается на принципах *монизма*, на признании «единственно верной» теории в рамках моделей: «СМИ – аудитория»; «власть – СМИ – аудитория». При этом приоритет отдается поиску и установлению причинно-следственных связей. Последующие трансформации жестких структур государственного и социального устройства, становление и развитие сетевых способов коммуникации, а также признание принципа *номинализма*, допускающего разнообразие, множественность различных теорий оформилось в виде модели *неклассической методологии* научного познания. При этом исследовательская призма фокусировалась на поиск коммуникативных связей, на установление логики событий, выявление, реконструкцию смысла жизнедеятельности людей (Гранин, 2014; Дугин, 2005; Дугин, 2015b).

В журналистике, киноискусстве, на телевидении, в медиа традиционно предпринимаются попытки проникновения в жизненный мир индивидуальности с последующим его воспроизведением и трансляцией в знаковой системе, языке и культурных кодах общества. Нечто подобное происходит в неклассической методологии постижения и сознания смысла социальных действий и процессов. Отмеченное сходство в предмете и субъектно-объектных связях актуализирует проблему обоснования методологии исследования медиа в условиях развития глобальных сетей коммуникации. Как известно, сетевое общество строится на цифровой основе, на использовании дигитализированных площадок коммуникации, что, в конечном счете, создает условия для формирования цифровой цивилизации.

В настоящей статье предпринимается попытка показать, что проблема методологии исследований медиакоммуникаций в «эпоху цифровой цивилизации» требует принципиально новых подходов, методологических конструктов, основанных на системном единстве проектной, организационной и прогностической функций. Под методологическим конструктом научного исследования принято понимать такую когнитивную модель рационально-проектного содержания, которая предопределяет «предметное поле научного исследования, его стратегию, способы и методы решения научно – исследовательских задач» (Ментальные программы, 2016: 16–17).

В этой связи мною будут рассмотрены основные элементы когнитивной модели медиа в условиях цифровизации коммуникативных сетей.

2. Основное содержание

Фундаментальные положения методологии и теории экранного искусства складывались из наблюдений киноведа, кинокритиков и суждений авторитетных художников кино, в которых анализ, научно обоснованные выводы и теоретические положения заменялись, как правило, впечатлениями и субъективными мнениями об увиденном на экране. В начале 60-х годов западногерманские киноведы В. Бергхаан и Э. Паталас предложили проект *социологически ориентированной кинокритики*, в котором традиционную, «старую» кинокритику упрекали в том, что она рассматривает фильм в отрыве от социальной реальности, как «автономное художественное произведение», а не «как выражение тенденций социального времени»; авторы манифеста выдвигали требование не «критиковать только фильм», но и «общество, в котором фильм возник». Примечательно, что манифест появился в процессе рефлексии на колоссальную социально-психологическую травму немецкого общества (Жабский, 2015: 343-353).

Между прочим, события постсоветского времени, которые известный социолог П. Штомпка трактовал как *посттравматическое время*, не вызвали к жизни заметных перемен в методологии осмысления процессов, происходящих в отечественной медиаиндустрии.

Существенным методологическим прорывом в выявлении взаимовлияния кино, телевидения, средств массовых коммуникаций были исследования семиотического направления, развернувшиеся в нашей стране в 70-х годах прошлого столетия (Лотман, 1973; Материалы научного семинара, 1973; Предмет семиотики, 1975). Результатом семиотических исследований научному сообществу явилось понимание того, что видео – изобразительные искусства, равно как фото, кино и телевизионное изображения представляют собой знаковые, коммуникативные системы. Именно данное

методологическое положение позволило теоретически обосновать, что знаковые системы экранного искусства необходимо рассматривать как особый язык, как средство коммуникации со зрителем.

Благодаря семиотическим исследованиям, ученые пришли к выводам *о различных кодах*, которые служат своеобразными посредниками между всеми элементами коммуникативной модели: создатель произведения, текст, реципиент (коммуникативное сообщество), каналы коммуникации. Например, аудиовизуальные каналы обладают возможностями многомерного кодирования: «жанр; работа камеры (размер съемочного кадра, движение объектива, движение камеры, угол съемки, выбор объектива, композиция); монтаж (вырезка, переход одного изображения в другое, микширование, ритм); манипулирование со временем (сжатие, "обратный кадр", ретроспекция, кадр в будущее, замедленное движение, освещение, цвет, звук (звуковая дорожка, музыка); графика и стиль повествования» (Назаров, Папантиму, 2016: 54).

В свою очередь, коды содержат в себе ценностные ориентации, установки, смыслы. Так, событие, которое предстоит показать по телевидению, уже закодировано социальными кодами нескольких уровней: **реальность** (внешность, одежда, речь, жесты, модель поведения и т.п.), которая кодируется электронным способом при помощи технологических кодов; **представление** (камера, освещение, музыкальное и графическое оформление и др. – задача которых транслировать эти коды и *формировать представления* в виде диалога, столкновения характеров, конфликта, определенного драматургического действия); **идеология**, благодаря которой представления организуются в связанное действие за счет идеологических кодов (материализм, индивидуализм, класс, раса и т.п.) (Назаров, Папантиму, 2016: 55; Fiske, 1987: 4-12). Методология семиотического анализа визуальных образов представляет собой один из способов изучения и качественной интерпретации телекинопроизведения, учитывающий позицию аудитории, ее эмоциональное состояние, культурную активность и ценностные ориентации. Социологическая ориентированность, безусловно, представляет сильную сторону исследования и интерпретации коммуникативной модели.

Однако, имеющийся разрыв между тем, *что и как говорят* и действиями (практика) создает барьеры на пути понимания визуального образа телекинопроизведения. Для преодоления данного противоречия применяют методы дискурс-анализа, которые рассматривают *речь как социальное действие* в контексте всеобъемлющей коммуникативной модели. В дискурсивном анализе приоритетным становится выявление причин высказывания в виде знаково-символической структуры текста в конкретных социально-исторических условиях. Логика анализа содержания визуальных образов продвигается по пути включенности его в социальный контекст, в сочетании с междисциплинарными методами и подходами, сложившимися в науках гуманитарного, социального направления.

Отсюда берет начало другое направление в теории, а именно необходимость *системного подхода к исследованиям экранных искусств и медиа*, при помощи которого появляется возможность интегрировать всю совокупность знаний и практик, накопленных аудиовизуальными способами отображения реальности. Нелишне заметить, что междисциплинарные исследования как основа системного подхода к изучению экранного искусства появились еще в 20-е годы прошлого века. Пик бурного расцвета системных, комплексных, междисциплинарных исследований в отечественной коммуникативистике и киноведении пришелся на 80-годы прошлого века. Отмечая существенные достижения в осмыслении функционирования кино, телевидения и других массовых коммуникаций в обществе, следует признать, что цельного, универсального похода к действительности, равно как и в постижении системы коммуникаций, иными словами, единой теории экранных искусств, теории информационно-коммуникативной системы выработать пока не удалось.

Тем не менее, было бы странным не заметить тот немалый вклад в развитие концептуальной теории экранных искусств, которое внесло социологическое направление исследований взаимоотношения экрана и его аудитории. Прежде всего, отметим многолетние усилия социологов НИИ киноискусства (с 2012 г. – структурное подразделение Всероссийского государственного университета кинематографии им. С.А. Герасимова), которым удалось выявить коммуникативные механизмы между зрителем и кинематографом

в период массового распространения телевидения, в перестроечные годы, в контексте глобализации, в условиях рынка и продюсерского кино. Исследуя коммуникативно-смысловую потенциал современного экранного искусства, социологи пытались найти пути выхода отечественного кино из затяжного кризиса и обосновать информационно-социологическое обеспечение творческих и управленческих решений в этой сфере культуры, которое под влиянием процессов глобализации все в большей мере тяготеет к курсу на *постнациональное* развитие (Жабский, 2015; Кинематограф – зеркало или молот?; Экранная культура..., 2012).

Из работ социологического направления исследования экранных искусств следует также выделить коллективную монографию, подготовленную сотрудниками НИИ киноискусства и имеющую симптоматичный подзаголовок «кинокоммуникация как социокультурная практика» (Кинематограф – зеркало или молот?). В частности, в монографии содержится указание на то, что коммуникативная составляющая фильма «особенно усиливается, когда авторы сосредоточены не на живописании новых граней моральной деградации, человеческой низости и гнусности, а заняты поисками смысла бытия, вопросами духовной жизни, что всегда вызывает пристальное внимание массовой аудитории» (Кинематограф – зеркало или молот?: 186). К слову сказать, подобная причина лежит в усилении коммуникативной составляющей телевизионных передач. Что же касается ослабления коммуникативных связей с публикой, то исследования обращают внимание на экранные образы неадекватных, убогих и ущербных персонажей, которые появляются в каждой пятой отечественной киноленте. Подобным приемом авторы фильмов пытаются привлечь внимание зрителей. Однако, этот эффект не удается сохранить на продолжительное время. Согласно результатам социологического опроса, примерно треть продюсеров затруднились назвать главные, кульминационные эпизоды или сцены своих фильмов (Кинематограф – зеркало или молот?: 199-200). Вместе с тем, замечено, что самое мощное коммуникативное воздействие на публику производят именно «ключевые» эпизоды и сцены экранного произведения.

Теория экранного искусство кино – предтеча теоретического осмысления телевидения. И даже в коммуникативном аспекте, где, казалось бы, телевидение должно было бы первым откликаться на эксперименты взаимодействия со зрителем, кино продолжает занимать лидирующие позиции. Так, например, недавний эксперимент применения «обратной связи», когда зрителям была предоставлена возможность самим выбрать сценарий дальнейшего развития событий драматургического произведения был осуществлен в кино. На телевидении, с его небывалыми возможностями контакта с аудиторией, «обратная связь» осуществляется примитивно. Как правило, зрители безучастно, как статисты сидят в студии, или задают вопросы по телефону, но лишены возможности самостоятельно продолжить развитие экранного действия, влиять на драматургический ход произведения. Хотя именно в активном влиянии зрителей на ход экранных событий и проявляется сущность «обратной связи».

Рассмотренные здесь направления научного и экспериментального поиска как исследовательские проекты все еще далеко не исчерпали своего эвристического, гносеологического потенциала. Интеграции социологии кино и телевидения как методологической предпосылки реализации функционального потенциала кинематографа посвящена целая глава фундаментального исследования социодинамики кинематографической жизни российского общества (Жабский, 2015). В частности, в одном из важных выводов этой содержательной работы отстаивается методологический тезис о том, что «искусствоведческие и социологические парадигмы должны не сталкиваться в претензии на окончательную истинность своего видения кинореальности, а напротив, совмещаться таким образом, чтобы реализовать заключенный в них потенциал взаимодополняемости» (Жабский, 2015: 325).

В качестве одной из магистральных тем для совместного изучения могли бы стать различные аспекты изучения изобразительно-выразительных средств в кинематографе и на телевидении, привнесении отточенных временем и осененных великими авторитетами теоретических положений теории экранного искусства, исследования киноязыка, образной структуры экранных произведений. Согласитесь, что создавать контент, который способен вызвать ответные чувства, глубоко затрагивающие личностные переживания, стимулировать

воображение, вряд ли возможно без использования широкой палитры изобразительно-выразительных средств экранного искусства. Привнесение в журналистскую практику художественных критериев оценки экранных произведений заставляет «подтягивать» уровень мастерства, повышает ответственность корреспондента телевидения перед зрителем, заставляет задуматься о коммуникативной составляющей своей деятельности.

Как известно, в знаковом производстве смыслов ключевую роль играют визуальные образы, а шире, – изобразительно-выразительные ресурсы экранного искусства. Ключевым ядром этих ресурсов выступает аудиовизуальный язык, который выполняет коммуникативные функции между зрителем и экраном, т.к. в основе экранного искусства лежат механизмы коммуникации. Это теоретическое положение позволяет исследователям информационно-коммуникативных медиасистем и журналистики фокусироваться на анализе текста, что, разумеется, не вызывает сомнений, но в то же время существенно огрубляет поиск тончайших механизмов коммуникативного взаимодействия со зрительской аудиторией. Ведь воздействует не только и не столько письменный текст или слово, сказанное голосом ведущего, корреспондента, а совокупность всех изобразительно-выразительных средств экрана, его образная структура, на профессиональном сленге – «картинка». Исследования показывают, что на зрителя в значительной, если не сказать в большей степени влияет экранное изображение, нежели текст телепроизведения. Вызывает сожаление, что огромный пласт теоретических и методологических положений, наработанных более чем за сто лет киноискусством – предтечей телевидения – все еще недостаточно используются в исследованиях медиакоммуникаций и журналистики. Вместо богатейшего арсенала изобразительно-выразительных средств на телеэкране приходится наблюдать не дающие ни уму, ни сердцу примитивные приемы, к тому же заимствованные из заморских квизов и реалити-шоу.

По мере становления и развития медиасистемы нашей страны, и благодаря цифровизации, обретения качеств мультимедийности, отмеченная потребность существенно возрастает благодаря соединению возможностей экрана, печатного текста и звуковых характеристик экранного произведения. Объединяющим звеном всей совокупности идей, смыслов, экранных образов служит *медиакоммуникация*. Именно поэтому, на наш взгляд, всесторонний, комплексный, системный анализ природы, функций и структурных элементов медиакоммуникаций может оказать решающее влияние на *методологический поворот* как в теории экранного искусства, так и в теории журналистики, информационно-коммуникативной медиасистемы страны.

Если попытаться определить магистральное направление исследований гуманитарной направленности, то в самом общем виде можно заметить, что как отдельные дисциплины, так и комплексные проекты занимаются изучением изменений человека под влиянием социально-культурных обстоятельств, условий и факторов, а также воздействия экранного искусства на его ценностные ориентации, поиск смыслов. Трансформации человеческой личности не находятся в прямой зависимости от воздействующих на него факторов. Наивно было бы полагать, что просмотр произведения экранного искусства, даже самого выдающегося, может изменить человека, так сказать «перепахать» его. Экранное произведение, в лучшем случае, может показать зрителю уровень его нравственного возвышения или падения в связи с отображаемыми событиями, героями, обстоятельствами и т.п. Но от того, насколько выразительным, ярким, запоминающимся будет образный язык телекинопроизведений, зависит *коммуникативная составляющая экранного произведения*, его близость вкусам, запросам, ценностным и культурным ориентациям зрительской аудитории.

Как известно, сторонники постмодернистской вседозволенности, отрицающие теоретическое знание и необходимость методологии, отдают предпочтение нарративу и неструктурированным методам исследования. Вместе с тем, все более ощутимые реалии информационного общества, в основе которого лежит производство, потребление и распространение информации, выдвигают в качестве центральной проблемы научное познание социальных информационно-коммуникативных процессов.

Выступая в качестве объекта научных рефлексий, журналистика и СМИ (средства массовой информации, информационно-коммуникативные системы)*, как часть системы социальных коммуникаций, претерпели множество различных подходов и теоретико-методологических концепций. В научном познании они рассматривались как разновидность творческой деятельности, социальный институт формирования и распространения общественного мнения, средство массовой информации и пропаганды, транслятор культурных ценностей, развлечений, рекламы и т.п.

Особенно активными и плодотворными исследованиями в сфере журналистики и массовой информации можно назвать семидесятые и начало восьмидесятых годов прошлого столетия. Не имея собственного развитого научного аппарата, аналитики вынуждены были заимствовать методы и подходы из дисциплин гуманитарного цикла. Это естественно для начального периода становления науки. Надо признать, эти заимствования способствовали существенному обогащению представлений об информационных процессах, происходящих в обществе на различных этапах его развития. К началу 90-х годов можно было говорить о более или менее сложившихся научных направлениях анализа функционирования средств массовой информации и журналистской деятельности: историческое, филологическое, семиотическое, социологическое, искусствоведческое, информатологическое и др.

Вместе с тем, следует признать, что за последние десятилетия научного анализа функционирования СМИ пока не удалось выработать общепризнанную теорию информационно-коммуникативных систем и процессов. Тому немало причин и обстоятельств: смена общественного строя, трансформация функций СМИ, типов изданий и телерадиопрограмм, смена форм собственности и т.п.

Существенным барьером на пути теоретического осмысления сложных, полных противоречия процессов, происходящих за последние десятилетия в российской журналистике, следует признать не только эпистемологический кризис, которой испытали все дисциплины гуманитарного цикла. Главная же причина обусловлена особенностями небезызвестной кампании под названием «перестройка», в ходе которой велась целенаправленная уничтожение исторической памяти населения России, разграбление материального и духовного богатства страны, насильственная подмена прежних ориентиров привычной модели жизни, дискредитация социальных и моральных ценностей и т.д. Всего того, что сейчас принято называть «геополитической катастрофой на территории бывшего СССР». Действия политического руководства страны, обусловленные «политикой перестройки», оказали «огромное, нередко разрушающее и деструктивное влияние на развитие социально-политических и духовных процессов, привели к деформации общественного сознания, а в ряде случаев и к колоссальным экономическим и даже имиджевым потерям для России и всего постсоветского пространства» (Тощенко, 2015: 9-10). Социальная и мировоззренческая травма, нанесенная многомиллионному населению страны, дает о себе знать до настоящего времени, спустя три десятилетия. Отмеченные здесь травмирующие общество перемены не могли не сказаться и на системе социальных коммуникаций.

Современное телевидение по инерции занимает пока лидирующие позиции в досуговом времяпровождении населения, но во многом утратило зрительское доверие и в ряде случаев не отвечает интересам различных групп аудитории. Выход из критической ситуации, в которой оказалось телевидение, может быть найден на путях построения концептуальной теории новой модели телевидения, обоснованной на зрительских интересах и доверии. Чтобы сделать эффективной практическую деятельность, нужна добротная теория. Иными словами, как говаривали классики, «нет ничего практичнее хорошей теории». В русле этих рассуждений перед современными исследователями остро, в практической постановке, встает

* По мере развития новых информационно-коммуникативных технологий, в частности, интернета, изменились функции и возможности традиционных СМИ. Появление «обратной связи» сделало возможным переход от прежних «субъект-объектных» к «субъект-субъектным», коммуникативным отношениям в подготовке и распространении информации. Для обозначения этих изменений автор вводит в научный оборот термин «информационно-коммуникативные системы» и использует его наряду с традиционным понятием «средства массовой информации» и медиа.

вопрос об методологических обоснованиях теории телевидения, средств массовой информации и информационно-коммуникативных систем в целом.

Наряду с обозначенными здесь условиями, в которых вынуждены функционировать современные информационно-коммуникативные системы, надо учитывать всю совокупность глобальных, полных противоречий социально-экономических и социокультурных процессов нынешнего беспокойного времени. К началу 90-х годов XX века, интеллектуализация производства превратила медиакоммуникацию, цифровые технологии обработки и распространения информации в ключевой фактор воздействия на массовое сознание и управление социальным поведением населения. Эти обстоятельства привели к появлению информационных технологий и обеспечили революционный взрыв информации в мире благодаря скорости ее обработки и распространения. Фактор скорости наращивания информационных потоков стал одним из важнейших показателей развитости общества и уровня цивилизации. С началом эры компьютеризации, с 1980 года, количество информации в мире удваивается ежегодно. В то время как в начале XX века информация возрастала в два раза каждые десять лет. Согласно «Закону Мура» скорость процессоров удваивается каждые 18 месяцев. Причем эта величина не является постоянной: «первоначально она составляла два года, около 15 лет назад действительно сократилась до полутора, но по последним данным, уже уменьшилась до 12 месяцев. За десять лет вычислительная мощность компьютеров выросла в тысячу раз» (Гранин, 2014: 75).

Отмеченные тенденции углубили одно из главных противоречий современного мира, которое заключается в следующем: если человек, как вид почти не изменился за время земной цивилизации, то технологии передачи, накопления и обработки информации сменили за это же время несколько «поколенческих циклов». Человечество оказалось не готовым к стремительному росту объема и скорости информации и динамичной смене информационно-коммуникативных технологий. Показательно, что, имея на руках «нашпигованный» различными опциями телефон, человек не использует и десятой доли всех его возможностей. Равно как телезритель не в силах просмотреть набор из сотен телеканалов, предлагаемых спутниковым телевидением. А такую мощную информационно-коммуникативную сеть как интернет, предоставляющий поистине безграничные возможности для познания, человечество преимущественно использует для удовлетворения незатейливых потребностей. Эта пропасть между небывалой технико-технологической сложностью информационных технологий и крайне низким интеллектуальным уровнем их потребителя получила название «кроссмодерн». «Среди активных пользователей Интернета, очень много темных людей – и в смысле элементарной образованности (достаточно увидеть их письма, подчас чудовищно безграмотные), и в смысле политических ценностей (преобладают погромные настроения), и в смысле интересов (по разным оценкам, от 70 до 80 % визитов приходится на порно-сайты и подобные, мягко говоря, бесхитростные развлечения)» (Драгунский, 2008: 272). Процитированное наблюдение эксперта – лишь одно из многочисленных доказательств тому, что представляется преждевременным обольщаться статистикой роста аудитории Интернета и количеством кликов на информацию, распространяемую глобальной паутиной, и на этом строить умозаключения о растущем влиянии интернета.

Внедрение информационных технологий, стремительное распространение компьютеров и переход к «антропоцентристским» информационно-технологическим сетям, создает новые возможности для науки о журналистике. Учитывая сетевой характер современных информационно-коммуникативных систем, появление причудливых гибридов телевизионного вещания и компьютеров, представляется перспективным для разработки теории коммуникаций применить, например, теорию социальных сетей на основе математической теории сетей и графов. Как известно, оригинальные идеи и открытия чаще всего рождаются на стыке наук различного профиля и направленности.

Функциональное сходство журналистики, социальной философии и культуры могло бы способствовать выработке универсальных, взаимообогащающих методологических подходов к исследованию процессов массовой коммуникации. Так, например, философский аспект предлагает понимать под культурой «способ смыслополагания, способ формирования осмысленности, т.е. создание целостной картины мира, в которой человек живет и действует» (Смирнов, 2009: 37).

Подобные функции смыслопорождения выполняют и средства массовой информации, производящие и распространяющие смыслы и ценности. Рассматриваемый методологический тезис можно считать справедливым для условий социальной стабильности, способствующих формированию в массовом сознании гармоничной, целостной картины мира. В современных стремительно изменяющихся социокультурных условиях приоритетным направлением развития СМИ и культуры является формирование новых кодовых систем, закрепляющих и развивающих смыслы и ценностные значения. Возможности новых информационно-коммуникативных технологий позволяют кодировать массовый культурный и коммуникативный опыт, а небывалые скорости их распространения опережают производство и выработку новых смыслов, определяющих и регулирующих поведение и коммуникацию людей. Если важнейшей функцией СМИ, как мы отметили выше, является смыслопорождение, то основой современной теории коммуникаций могла бы стать *теория формирования смыслов в сетевизированных типах коммуникаций, выступающих в качестве фундамента цифровой цивилизации*.

Для анализа функций современных сложных социальных процессов характерны интеграция всеобщих и специфических методов исследования. Если общеметодологические подходы обозначают гносеологические принципы анализа, то специфические методы призваны реагировать на появление все новых элементов, субъективных характеристик изучаемого явления. Традиционное выявление трансформации форм и жанров, которые являются следствием информационно-коммуникативных революций, оказываются на практике малопродуктивными для понимания фундаментальных процессов создания смыслов и системы ценностей.

При этом следует учитывать имеющиеся различия между телевидением и компьютерными сетями. Телевизионный экран запрограммирован, информация, сообщения и экранные произведения появляются в определенной пространственно-временной последовательности, в рамках естественного восприятия и иллюзорной причастности аудитории к общему «единосмотрению», «единоосмыслению» и «единочувствованию». В то же время в неупорядоченных, хаотичных информационных сетях нет единообразия, той заданности, свойственной телевизионному программированию. А стало быть, отсутствует заранее выстроенный алгоритм восприятия сообщений и информационных потоков и запрограммированное поведение.

Немаловажно и то, что в коммуникативных сетях пользователь имеет возможность самостоятельно составлять собственную информационную программу. Социально-информационная навигация становится делом самого пользователя. Указанные существенные отличия от традиционных средств коммуникации позволяют отнести социальные сети к аутопойетическим системам* (Луман, 2007: 66-67). Следует заметить, что переход к аутопойетическим характеристикам – принципиально новое концептуальное положение для теории и практики информационно-коммуникативных систем. С одной стороны, традиционные медиа действуют в рамках открытых систем с упорядоченностью их элементов и иерархией. С другой – новые медиа предлагают самоорганизующуюся систему восприятия, потребления и создания информации и смыслов. Эффективность информационно-коммуникативного процесса оказывается в прямой зависимости от коммуникативной культуры пользователей. Появление и стремительное развитие глобальной сети создало принципиально новую информационно-коммуникативную среду для «вызревания» новой коммуникативной культуры пользователей, осваивая которую «общество производит и воспроизводит себя как социальную систему» (Луман, 2007: 223). Само существование и функционирование социальной системы по Н. Луману образует коммуникация, которая пронизывает все связи и процессы социальной системы. Таким

* Аутопойесис (от греч. Autos – сам, poiein – создавать, делать). Понятие введено Н. Луманом для обозначения того, что система обладает способностью к самовоспроизводству. Отдельные системы функционируют автономно и реализуют возможности, имеющиеся в сети элементов, из которых состоят. Общее понятие аутопойетической системы способствует объединению ряда высказываний о таких системах: указывает на эволюционную связь, в которой они сформировались, с одной стороны, явное особое положение общественной системы, с другой, ее внутренние проблемы разграничения. См.: Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. Санкт-Петербург, «Наука», 2007. С. 66-67.

образом, анализ функционирования коммуникативных систем позволяет глубже понять развитие коммуникативной культуры в обществе.

Исследования содержания современных отечественных телепрограмм фиксируют запредельный рост сцен насилия, криминальных разборок и низкопробных развлекательных передач. Мерилом эффективности нынешнего отечественной журналистики стала сумма денег, которую собирает телекомпания, рейтинг тех или иных телепередач, газетных или журнальных публикаций.

И в этом смысле, не будет большой «натяжкой» отнести к коммерческому типу все телевидение современной России. Как известно, даже собственный телевизионный канал РТР государство финансирует всего лишь на одну треть. Остальные расходы российское телевидение вынуждено покрывать за счет рекламы. Всеобщая коммерциализация формирует специфический тип нынешнего российского телевидения, за которым стоят интересы его реального собственника – крупного капитала. Современное телепроизводство можно образно сравнить со специфическим финансово-товарным конвейером, где главным содержанием и итогом работы стало извлечение доходов от рекламы и развлекательных передач. Так, в результате последовательного проведения коммуникативной стратегии РТР, НТВ и других телеканалов, ориентированных на извлечение прибыли, из сетки вещания исчезли почти четыре десятка рубрик в угоду «мыльным» сериалам, нескончаемым играм, ток-шоу и т.п. Служение «золотому тельцу» привело к существенному падению интеллектуального, эстетического, нравственного уровня телепрограмм.

Современные отечественные исследователи вместо глубокого изучения особенностей функционирования СМИ жонглируют статистикой доходов, количеством «лайков» в интернете и на этом ... пытаются обосновывать так называемые теоретические концепции, которые по большей части оказываются заемными у зарубежных разработчиков. Теоретизирования по поводу журналистики и деятельности СМИ в значительной мере склонны акцентировать внимание на финансовой составляющей функционирования медиаиндустрии. Однако статистические выкладки и бухгалтерские отчеты о доходах газеты или телевизионной компании вряд ли могут стать основой теории информационно-коммуникативных систем. Как не могут быть основой теории отдельные примеры журналистской деятельности, несмотря на то, что их можно отнести к фактам – «воздуху науки».

Есть и еще одно немаловажное обстоятельство, связанное с утратой методологических позиций в гуманитарной сфере. С помощью глобальной сети удерживается и всемерно наращивается информационное североамериканское «господство в облаке» над остальным миром. Это нетрудно сделать с учетом того, что информационные технологии, операционные системы, программное обеспечение и социальные сети едва ли полностью имеют американское происхождение. Одна из последних коммуникативных новинок – использование социальных сетей для манипулирования массовым сознанием с помощью небезызвестной технологии «мягкой силы». Схема проста: в социальные сети вбрасывается нужная информация, которая потом искусно подогревается, обсуждается в национальных СМИ. В результате новость «раздувается» до общенациональных масштабов, в нее начинает верить многомиллионная аудитория. Вот почему проблемы инклюзии населения в деятельность медиа все в большей мере привлекают внимание политиков, аналитиков и теоретиков массовых коммуникационных процессов.

Не остаются в стороне и отечественные журналисты. В попытках расширить аудиторию, привлечь внимание публики, они в качестве вынужденной меры, уподобляются блогерам в стремлении заводить личные аккаунты в социальных сетях. С сожалением приходится наблюдать, как в социальных сетях сотрудники редакций выкладывают милые пустячки и забавности, с помощью которых пытаются завоевать популярность, получить желанные «лайки». Но, согласитесь, пересказ анекдотов, любопытных случаев и «приколов» лишь ненадолго привлечет внимание поверхностной аудитории. Взыскательное, мыслящее коммуникативное сообщество формируется и укрепляется только вокруг глубоких идей, содержательного разговора. Интеллектуальная инициатива способна вести за собой, объединять аудиторию с помощью интересных дел и идей. Люди идут в социальные сети, обращаются к средствам массовой коммуникации не столько за

новостями, сколько за содержательным разговором, за умным словом и душевной беседой, чего так недостает в современной жизни.

В начале 90-х годов, в рамках компании по охаиванию всего советского, презрения к методологии и диалектическому методу познания действительности, отечественные специалисты обратились к некритическому заимствованию западных теорий массовых информационно-коммуникативных процессов, и связанных с ними вопросов идентичности, глобализации и социальных сетей. Мешанина из теорий и концепций западных авторов, впервые переведенных на русский язык, вытеснила у неразборчивых отечественных ученых методологические подходы, наработанные ранее советскими научными школами. Вместо методологически выверенных исследований функционирования СМИ всю совокупность проблем современной журналистики предложено рассматривать в постмодернистском ключе в «постсоветском коммуникативном пространстве». Отрицание методологии отечественными исследователями гуманитарных процессов, как образно выразился академик РАН А.О. Чубарьян, вызвало «аллергию на вопросы методологии в целом» (Чубарьян, 2003: 12).

В этом контексте представляется нелишним напомнить, что «методология (от греч. *methodos* – путь, способ познания и *logos* – учение, слово) – наука о методе; система наиболее общих принципов, положений и методов, составляющих познавательную основу научного знания; совокупность приемов, способов и процедур исследований, применяемых в той или иной отдельно взятой науке» (Гранин, 1994: 700). В философии под методологией принято понимать с одной стороны «совокупность познавательных средств, методов, приемов, используемых в какой-либо науке»; с другой – «область знания, изучающая средства, предпосылки и принципы организации познавательной и практически-преобразующей деятельности» (Философский словарь: 278). В «Новой философской энциклопедии» методология определяется как «тип рационально-рефлексивного сознания, направленный на изучение, совершенствование и конструирование методов в различных сферах духовной и практической деятельности» (Новая философская энциклопедия..., 2010: 553). В социологии методология определяется посредством понятия «теории, посвященной изучению, совершенствованию и конструированию методов различных сфер духовной и практической деятельности» (Социологическая энциклопедия..., 2003: 629).

Мы специально привели несколько трактовок понятия «методология» из тех областей знаний, к которым чаще всего прибегают исследователи информационно-коммуникативных процессов и журналистики. Почти в каждом из данных определений подчеркивается связь между методологией и деятельностью. В свою очередь, деятельностный подход в эпистемологии в последние годы переосмысливается в русле теорий коммуникации (Лекторский, 20017: 6-87). Представляется целесообразным выявлять пути построения методологии изучения журналистики в рамках деятельностного, коммуникативного подхода, исходя из того, что призвание журналиста искать и предлагать обществу новые смыслы.

Мне приходилось писать о том, что СМИ могут производить, транслировать тексты и образы, конструировать для общества (и вместе с обществом) новые смысловые парадигмы. Если информацию и коммуникацию представить в качестве **смыслового воссоздания общества**, то одной из главных задач информационно-коммуникативной системы является **порождение у аудитории спроса на смысл**. Заметим, что стимуляция спроса на смысл нередко гораздо важнее самого смысла. Потребность в осмыслении может способствовать созданию новых идей, побуждает к творчеству, к поиску выхода из сложнейших ситуаций. Владея информацией в качестве стимула для дальнейших рефлексий, человек способен достраивать здание смысла, исходя из своих представлений о жизненных реалиях, мотиваций и устремлений. Ибо рефлексивный человек живет не в пространстве вещей, а в пространстве событий, **в пространстве смысла**. Разумеется, **смыслопорождение** определяется и стимулируется информацией и коммуникацией определенного типа (Дугин, 2015с). Следование данному подходу может оказывать влияние на тематико-жанровую структуру телепрограмм, на способы подачи информации, на отбор событий и расстановку смысловых акцентов.

Смыслопорождение и стимулирование у различных групп аудитории спроса на смысл, по нашему мнению, может стать ведущей функцией деятельности медиа. Вместе с тем,

порождение смысла и стимулирование смысловой деятельности могут оказаться перспективным вектором современных исследований журналистики и массовой коммуникации в условиях цифровизации медиа. Если следовать изложенной здесь концептуальной идее, то *методологию исследований журналистики и медиа можно рассматривать в качестве познавательной деятельности по анализу коммуникативных процессов сбора, подготовки и распространения информации, основанной на совокупности принципов, положений, методов, приемов, способов и процедур исследования смыслопорождения и стимулирования смысловой деятельности у различных коммуникативных сообществ и групп аудитории.*

Для уточнения методологических принципов исследования журналистики представляется целесообразным обратиться к наработкам, сделанным в периоды устойчивости системы СМИ с тем, чтобы попытаться обосновать некие стабильные элементы в состоянии относительного покоя. Возможно, методологические обоснования этих элементов системы окажутся полезными при исследовании системы в условиях динамичного, стремительного развития информационно-коммуникативных процессов. Элементы системы, сохраняющие свою устойчивость в условиях турбулентности, могут оказаться «точками роста» концептуальных, теоретических обоснований функционирования новых медиа.

Внедрение информационных технологий, небывало стремительное распространение компьютеров и переход к «антропоцентристским» информационно – технологическим сетям, создает новые возможности для науки о журналистике и медиакommunikациях. Учитывая сетевой характер современных информационно-коммуникативных систем, появление причудливых гибридов телевизионного вещания и компьютеров, представляется перспективным для разработки теории коммуникаций применить теорию социальных сетей на основе математической теории сетей и графов. Как известно, оригинальные идеи и открытия чаще всего рождаются на стыке наук различного профиля и направленности.

Функциональное сходство журналистики, социальной философии и культуры могло бы способствовать выработке универсальных, взаимообогащающих методологических подходов к исследованию процессов массовой коммуникации. Так, например, философский аспект предлагает понимать под культурой «способ смыслополагания, способ формирования осмысленности, т.е. создание целостной картины мира, в которой человек живет и действует» (Смирнов, 2009: 37). Подобные функции смыслопорождения выполняют и средства массовой информации, производящие и распространяющие смыслы и ценности. Рассматриваемый методологический тезис можно считать справедливым для условий социальной стабильности, способствующей формированию в массовом сознании гармоничной, целостной картины мира. В современных стремительно изменяющихся социокультурных условиях приоритетным направлением развития медиа и культуры является формирование новых кодовых систем, закрепляющих и развивающих смыслы и ценностные значения. Возможности новых информационно-коммуникативных технологий позволяют кодировать массовый культурный и коммуникативный опыт, а небывалые скорости их распространения опережают производство и выработку новых смыслов, определяющих и регулирующих поведение и коммуникацию людей. Учитывая, что ведущей функцией медиа является, как мы отметили выше, *смыслопорождение*, следовательно, основой современной теории коммуникаций могла бы стать *теория формирования смыслов в формировании цифровой цивилизации.*

Медиакультура не существует изолированно от информационных технологий и не является производным от них. Медиа действуют в циклически повторяемом социокультурном, политическом, идеологическом контекстах. Как известно, появление новых технологий обусловлено потребностями, желаниями и сменами мотиваций людей. Социальный и интеллектуальный контекст жизни общества выступает условием развития информационно – медийных технологий. И развитие цифровых способов формирования и распространения информации придает этим процессам небывалый размах и скорость.

Для анализа функций современных сложных социальных процессов характерны интеграция всеобщих и специфических методов исследования. Если общеметодологические подходы обозначают гносеологические принципы анализа, то специфические методы призваны реагировать на появление все новых элементов, субъективных характеристик

изучаемого явления. Например, как выявить влияние медиа на функционирование в обществе в связи с появлением новых дивайсов, способствующих увеличению скорости распространения информации? Тем более, что скорость передачи информации выдвигается в качестве фундаментального фактора, оказывающего влияние на трансформацию формы и содержания сообщений. Примечательно, что вроде бы оторванные от жизненных процессов показатели скорости распространения информации вкупе с попытками упорядочения информации привели к существенным сдвигам в системе ценностных ориентаций личности, потому что появление новых ускорителей создавало условия и необходимость приспособить прежнюю систему ценностей к стремительно нарастающему движению информационно-технологического прогресса. В результате традиционные ценности и смыслы оказываются размытыми и на их место приходят новые ценностные ориентации, интересы и вкусы аудитории. К сожалению, отмеченные здесь глубинные смысловые процессы оказываются вне поля зрения современных исследователей информационно-коммуникативных медиасистем.

3. Заключение

Развитие информационно-коммуникативных технологий в условиях цифровой цивилизации фрагментировало аудиторию на локальные коммуникативные сообщества. Что, в свою очередь, методологически оправданно сместило фокус внимания исследователей с общих вопросов коммуникации в поле частных интересов и субъективных оценок. Воспроизводя модели межличностных коммуникаций, информационно-коммуникативные технологии, освоенные блогерами и влогерами, придают частным интересам небывалую масштабность и общественную значимость.

Под влиянием отмеченных тенденций в парадигме анализа коммуникаций объединяются объективные условия и факторы функционирования СМИ с субъективными действиями в рамках неоклассической модели исследования. При этом предметом исследования выступает каузальная реальность в виде социальных процессов, структур и институтов в единстве с уникальной индивидуальной реальностью (повседневная жизнь людей с уникальными духовными практиками) (На пути...: 16). Неоклассическая методология, пожалуй, в наибольшей степени сближает журналистский, культурологический и социологический подходы к познанию природы и функций СМИ. С одной стороны, апелляция к общественному мнению составляет суть современной «журналистики мнений», с другой - на основании массовых опросов социологи выявляют тенденции социальных перемен и закономерности поведения населения. Но, как известно, «социальные изменения не являются только результатом людских стремлений, поскольку под слоем очевидных высказываний и намерений лежат латентные факторы, о которых люди имеют лишь смутное представление, такие, например, как глубинные ценности» (Лубский, 2005: 24). В справедливости этих слов убеждает повседневная жизнь, в том числе отображаемая на экранах телевидения и социальных медиа.

Всеохватное и вездесущее распространение телевидения, усиление его влияния на аудиторию (от глобального до повседневного), кардинальным образом сказалось на трансформации его функций. В поисках сущностного определения современного телевидения авторитетные теоретики заявляют о том, что «телевидение не синоним информации ради информации (для этого существуют газеты). И конечно, не синоним развлечения. Наиболее адекватное и равновеликое слово – культура. Телевидение приобщает к культуре – национальной и мировой» (Муратов, 2001: 60). Для приобщения к культурным ценностям необходим довольно высокий уровень коммуникативной культуры общества. Таким образом, культурная составляющая в сфере коммуникаций позволяет говорить в пользу предложенного в настоящей статье *методологического поворота*, связанного со сменой парадигмы исследования теории открытых систем, основанных на выявлении взаимосвязи и взаимозависимости между «частью и целым», концептуальным осмыслением функционирования системы в социальной среде.

К сожалению, наши знания о стремительно изменяющемся медиамире и недостаточно полны, чтобы основательно и глубоко размышлять о природе воздействия на общество информационно-коммуникативных систем. Динамичные, полные противоречий медиапроцессы ставят под сомнение саму возможность выработки концептуальных,

методологически строгих и корректных обоснований теории функционирования традиционных и новых медиа. В условиях экономической турбулентности, аберрации представлений о реальном мире, диссипативного сознания, отличного от целостного мировоззрения прошлых веков с его гармоничной «картиной мира», весьма проблематичным становится выработка и построение стройных теорий и непротиворечивых парадигм исследований в гуманитарной сфере. Не случайно последние десятилетия теоретические изыскания по сути дела подменяются тем или иным набором рецептов и приемов журналистской работы в условиях мультимедийности, отдельными попытками выявить новые характеристики моделей и форматов печатной и телевизионной продукции, претерпевающих существенные трансформации под неумолимым влиянием социально-политических, экономико-финансовых обстоятельств и прогресса информационно-коммуникативных технологий.

Рассмотренные теоретико-методологические подходы анализа взаимодействия средств массовой коммуникации с аудиторией приводят также к выводу о необходимости выявления уровня развития коммуникативной культуры в обществе. Изучение структуры, характера и функций коммуникативной культуры общества может стать еще одним направлением для разработки теории информационно – коммуникативных систем. Сохраняя преемственность в формировании исследовательской модели, отмеченные здесь методологические подходы, надеемся, позволят уточнить предмет анализа, очертить границы применения различных методов и, главное, будут способствовать повышению эффективности медиаиндустрии в условиях цифровой цивилизации.

Литература

Гранин, 1994 – Гранин Ю.Д. Власть и экологическое сознание // *Свободная мысль*. 1994. №2-3.

Гранин, 2014 – Гранин Ю.Д. Глобализация: диалектика исторических форм осуществления // *Век глобализации*. 2014. №1. С. 90-103.

Гранин, 2014 – Гранин Ю.Д. Что такое "глобализация"? // *Высшее образование в России*. 2007. №10. С. 116-121.

Драгунский, 2008 – Драгунский Д. Состояние кроссмодерна // *Российская модернизация: размышляя о самобытности*. М.: Три квадрата. 2008.

Дугин, 2005 – Дугин Е.Я. Создание смыслов в электронную эру: Методология и техника новых знаний и образов в массовой коммуникации и PR. М.: «Глобальная энергия». 2005.

Дугин, 2013 – Дугин Е.Я. Телевидение в условиях мультимедийности. М.: «Русника». 2013.

Дугин, 2015a – Дугин Е.Я. (2015). К методологическим обоснованиям новой теории журналистики // *Вестник электронных и печатных СМИ*. 2015, № 1(23).

Дугин, 2015b – Дугин Е.Я. Методологический поворот исследований информационно-коммуникативных систем и журналистики // *Журналист. Социальные коммуникации*. 2015. № 3-4.

Дугин, 2015c – Дугин Е.Я. СМИ как смысловое воссоздание образно-символического пространства социальной реальности // *Гуманитарий Юга России. Научно-образовательный журнал*. Ростов-на-Дону. 2015, № 2.

Дугин, 2017 – Дугин Е.Я. (2017). Теории среднего уровня в исследованиях информационно-коммуникативных систем и журналистики // *Вестник Моск. Ун-та. Сер. Журналистика*. 2017, №1.

Дугин, 2017 – Дугин Е.Я. Методология исследования информационно-коммуникативных систем и журналистики. М.: Академия медиаиндустрии. 2017.

Елисеев, 2013 – Елисеев И. Забил я цифрой пушку туго. Помогут ли в информационной войне роботы и мобилизация хакеров? // *Российская газета. Неделя*, 23 мая 2013.

Жабский, 2015 – Жабский М.И. Социодинамика кинематографической жизни общества / Под общ. ред. К.А. Тарасова. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация». 2015. С. 343–353.

Кинематограф – зеркало или молот? – Кинематограф – зеркало или молот? Кинокоммуникация как социокультурная практика. Научная монография / под общ. ред. М.И. Жабского. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация». 2012.

Лекторский, 2001 – Лекторский В.А. Эпистемология классическая и неклассическая. М.: ИФРАН. 2001.

Лотман, 1973 – Лотман Ю. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин, 1973.

Лубский, 2005 – Лубский А.В. Альтернативные модели исторического исследования. М.: Изд-во «Социально-гуманитарные знания», 2005.

Лубский, 2005 – Лубский А.В. Конфликтотенные факторы на Юге России: Методология исследования и социальные реалии. Ростов-на-Дону, Изд-во СКНЦ ВШ, 2005.

Луман, 2007 – Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. Санкт-Петербург, «Наука», 2007.

Макаревич, Карпухин – Макаревич Э.Ф., Карпухин О.И. Последний бастион. Глобальная культура коммуникаций. М.: Дрофа, 2011.

Материалы научного семинара, 1973 – Материалы научного семинара «Семиотика средств массовой коммуникации», часть I. М.: Изд-во МГУ, 1973.

Ментальные программы, 2016 – Ментальные программы и модели социального поведения в российском обществе: монография. Отв. ред. А.В. Лубский. Ростов н/Д.: Фонд науки и образования, 2016. С. 16–17.

Методологические проблемы..., 1981 – Методологические проблемы изучения телевидения и радиовещания. Под редакцией Э.Г. Багирова. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981.

Муратов, 2001 – Муратов С.А. ТВ – эволюция нетерпимости: история и конфликты этических представлений. М.: Логос, 2001.

На пути к... – На пути к неклассической эпистемологии. М.: ИФРАН, 2009.

Назаров, Папантиму, 2016 – Назаров М.М., Папантиму М.А. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: опыт междисциплинарного исследования. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2016.

Новая философская энциклопедия..., 2010 – Новая философская энциклопедия. В 4 т. / Ин-т философии РАН. М.: Мысль, 2010.

Предмет семиотики, 1975 – Предмет семиотики. Теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовых коммуникаций. М.: Изд-во МГУ, 1975.

Смирнов, 2009 – Смирнов А.В. О подходе к сравнительному изучению культур. СПб: СПб ГУП, 2009.

Социологическая энциклопедия..., 2003 – Социологическая энциклопедия: В 2 т. Т.1/ Национальный общественно-научный фонд. М.: Мысль, 2003.

Тощенко, 2015 – Тощенко Ж.Т. Фантомы российского общества. М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015.

Философский словарь – Философский словарь / Под ред. И.Т. Фролова. 5-е изд. М.: Политиздат, 1986.

Чубарьян, 2003 – Чубарьян А.О. Историческая наука в России в начале XXI в. // Новая и новейшая история, 2003, №3.

Экранная культура..., 2012 – Экранная культура. Теоретические проблемы: сб. статей/ отв. ред. К.Э. Разлогов. СПб.: «Дмитрий Буланин», 2012.

Fiske, 1987 – Fiske J. Television Culture. L., N.Y.: Routledge, 1987.

References

Bagirov, 1981 – Bagirov, E.G. (ed.). (1981). Metodologicheskiye problemy izucheniya televideniya i radioveshchaniya [Methodological Problems of Studying Television and Radio Broadcasting]. Moscow: Mosk. Univ Publ. [in Russian]

Chubarian, 2003 – Chubarian, A.O. (2003). Istoricheskaya nauka v Rossii v nachale XXI v. [Historical Science in Russia at the Beginning of the 21st Century]. *Novaya i noveyshaya istoriya*, 3. [in Russian]

Dragunskiy, 2008 – Dragunskiy, D. (2008). Sostoyaniye krossmoderna. Rossiyskaya modernizatsiya: razmyshlyaya o samobytnosti [The State of Crossmodern. Russian Modernization: Reflections on Identity]. Moscow: Tri Kvadrata Publ. [in Russian]

Dugin, 2005 – *Dugin, E.Ya.* (2005). Sozdaniye smyslov v elektronnyuyu eru: Metodologiya i tekhnika novykh znaniy i obrazov v massovoy kommunikatsii i PR [Creation of Sense in the Electronic Era: Methodology and Technology of New Knowledge and Images in Mass Communication and PR]. Moscow: Globalnaya Energiya Publ. [in Russian]

Dugin, 2013 – *Dugin, E.Ya.* (2013). Televideniye v usloviyakh multimedynosti [TV in a Multimedia World]. Moscow: Rusnika Publ. [in Russian]

Dugin, 2015a – *Dugin, E.Y.* (2015). SMI kak smyslovoye vossozdaniye obrazno-simvolicheskogo prostranstva sotsialnoy realnosti [Mass Media as a Semantic Re-creation of the Figurative-symbolic Social Reality]. *Gumanitarniy Yuga Rossii. Nauchno-obrazovatelnyy zhurnal*, 2.

Dugin, 2015b – *Dugin, E.Ya.* (2015). K metodologicheskim obosnovaniyam novoy teorii zhurnalistiki [To the Methodological Basics of the New Theory of Journalism]. *Vestnik elektronnykh i pechatnykh SMI*, 1(23). [in Russian]

Dugin, 2015c – *Dugin, E.Ya.* (2015). Metodologicheskiy povorot issledovaniy informatsionno-kommunikativnykh sistem i zhurnalistiki [Methodological Turn in Research of Information and Communication Systems and Journalism]. *Zhurnalist. Sotsialnyye kommunikatsii*, 3-4. [in Russian]

Dugin, 2017 – *Dugin, E.Y.* (2017). Metodologiya issledovaniya informatsionno-kommunikativnykh sistem i zhurnalistiki [Methodology of Information and Communication Systems and Journalism Studies]. Moscow: Akademiya Mediaindustrii Publ. [in Russian]

Dugin, 2017 – *Dugin, E.Ya.* (2017). Teorii srednego urovnya v issledovaniyakh informatsionno-kommunikativnykh sistem i zhurnalistiki [Middle Level Theories in the Research of Information and Communication Systems and Journalism]. *Vestnik Mosk. Un-ta. Ser. Zhurnalistika*, 1. [in Russian]

Eliseyev, 2013 – *Eliseyev, I.* (2013). Zabil ya tsifroy pushku tugo. Pomogut li v informatsionnoy voyne roboty i mobilizatsiya khakerov? [I Scored a Numeral Cannon Tight. Will Robots and Mobilization of Hackers Help in Information Warfare?]. *Rossiyskaya gazeta. Nedelya*. [in Russian]

Frolov, 1986 – *Frolov, I.T.* (ed.). (1986). Filosofskiy slovar [Philosophical dictionary]. Moscow: Politizdat Publ. [in Russian]

Granin, 1994 – *Granin Yu.D.* (1994). Vlast' i ekologicheskoe soznanie [Power and ecological consciousness]. *Svobodnaya mysl'*. №2-3.

Granin, 2014 – *Granin Yu.D.* (2014). Chto takoe "globalizatsiya"? [What is "globalization"?]. *Vysshee obrazovanie v Rossii*. №10. pp. 116-121.

Granin, 2014 – *Granin Yu.D.* (2014). Globalizatsiya: dialektika istoricheskikh form osushchestvleniya [Globalization: dialectics of historical forms of implementation]. *Vek globalizatsii*. № 1. pp. 90-103.

Lektorskiy, 2001 – *Lektorskiy, V.A.* (2001). Epistemologiya klassicheskaya i neklassicheskaya [Classical and Non-classical Epistemology]. Moscow: IFRAN Publ. [in Russian]

Lotman, 1973 – *Lotman, Y.* (1973). Semiotika kino i problemy kinoestetiki [Semiotics of Cinema and Problems of Cinema Aesthetics]. Tallin. [in Russian]

Lubskiy, 2005 – *Lubskiy, A.V.* (2005). Alternativnyye modeli istoricheskogo issledovaniya [Alternative Models of Historical Research]. Moscow: Sotsialno-gumanitarnyye Znaniya Publ. [in Russian]

Lubskiy, 2005 – *Lubskiy, A.V.* (2005). Konfliktogennyye faktory na Yuge Rossii: Metodologiya issledovaniya i sotsialnyye realii [Conflict Factors in the South of Russia: Research Methodology and Social Realities]. Rostov-na-Donu: SKNTs VSH Publ. [in Russian]

Lubskiy, 2016 – *Lubskiy, A.V.* (ed.). (2016). Mentalnyye programmy i modeli sotsialnogo povedeniya v rossiyskom obshchestve [Mental Programs and Models of Social Behavior in Russian Society]: monografiya. Rostov n/D.: Fond Nauki i Obrazovaniya Publ. pp. 16–17. [in Russian]

Luman, 2007 – *Luman, N.* (2007). Sotsialnyye sistemy. Ocherk obshchey teorii. [Social systems. Essay on General Theory]. Sankt-Peterburg: Nauka Publ. [in Russian]

Makarevich, Karpukhin, 2011 – *Makarevich, E.F., Karpukhin, O.I.* (2011). Posledniy bastion. Globalnaya kultura kommunikatsiy [The Last Bastion. Global Communication Culture]. Moscow: Drofa Publ. [in Russian]

[Materialy nauchnogo seminara..., 1973](#) – Materialy nauchnogo seminara «Semiotika sredstv massovoy kommunikatsii». Chast I. [Materials of the Scientific Seminar “Semiotics of Mass Communication”. Part I.]. MGU Publ., 1973. [in Russian]

[Muratov, 2001](#) – *Muratov, S.A. (2001). TV – evolyutsiya neterpimosti: istoriya i konflikty eticheskikh predstavleniy* [TV – the Evolution of Intolerance: History and Conflicts of Ethical Ideas.]. Moscow: Logos Publ. [in Russian]

[Na puti k..., 2009](#) – Na puti k neklassicheskoy epistemologii [On the way to Non-classic Epistemology] (2009). Moscow: IFRAN Publ. [in Russian]

[Nazarov, Papantimu, 2016](#) – *Nazarov, M.M., Papantimu, M.A. (2016). Vizualnyye obrazy v sotsialnoy i marketingovoy kommunikatsii: opyt mezhdistsiplinarnogo issledovaniya* [Visual Images in Social and Marketing Communications: The Experience of Interdisciplinary Research]. Moscow: Knizhnyy Dom LIBROKOM Publ., 2016. [in Russian]

[Novaya filosofskaya entsiklopediya, 2010](#) – Novaya filosofskaya entsiklopediya [New Philosophical Encyclopedia]. V 4 t. Moscow: Mysl Publ., 2010. [in Russian]

[Politicheskaya entsiklopediya](#) – Politicheskaya entsiklopediya [Political encyclopedia]. V 2 t. Moscow: Mysl Publ., 1999.

[Predmet semiotiki](#) – Predmet semiotiki. Teoreticheskiye i prakticheskiye problemy vzaimodeystviya sredstv massovykh kommunikatsiy [The Subject of Semiotics. Theoretical and Practical Problems of Interaction of Mass Media]. MGU Publ., 1975. [in Russian]

[Razlogov, 2012](#) – *Razlogov, K.E. (2012). Ekrannaya kultura. Teoreticheskiye problem* [Screen Culture. Theoretical Problems]. SPb.: Dmitriy Bulanin Publ. [in Russian]

[Smirnov, 2009](#) – *Smirnov, A.V. (2009). O podkhode k sravnitelnomu izucheniyu kultur* [Approach to Comparative Study of Cultures]. SPb: SPb GUP Publ., 2009. [in Russian]

[Sotsiologicheskaya entsiklopediya, 2003](#) – Sotsiologicheskaya entsiklopediya [Sociological Encyclopedia]: V 2 t. Moscow: Mysl Publ., 2003. [in Russian]

[Toshchenko, 2015](#) – *Toshchenko, Zh.T. (2015). Fantomy rossiyskogo obshchestva* [Phantoms of Russian society]. Moscow: Tsentr sotsialnogo prognozirovaniya i marketinga [in Russian]

[Zhabskiy, 2012](#) – *Zhabskiy, M.I. (ed.). (2012). Kinematograf – zerkalo ili molot? Kinokommunikatsiya kak sotsiokulturnaya praktika* [Cinema – a Mirror or a Hammer? Cinema Communication as a Sociocultural Practice]. Moscow: «Kanon+» ROOI «Reabilitatsiya» Publ. [in Russian]

[Zhabskiy, 2015](#) – *Zhabskiy, M.I. (2015). Sotsiodinamika kinematograficheskoy zhizni obshchestva* [Sociodynamics of the Cinematographic Life of Society]. Moscow: «Kanon+» ROOI «Reabilitatsiya» Publ., pp. 343–353. [in Russian]

[Fiske, 1987](#) – *Fiske, J. (1987). Television Culture*. N.Y.: Routledge.

Методология исследования медиа в «эпоху цифровой цивилизации»

Евгений Яковлевич Дугин ^{a, *}

^a Академия медиаиндустрии, Российская Федерация

Аннотация. В статье рассматривается проблема методологии исследования медиакоммуникации в условиях цифровизации экономического и социального развития государства и общества. По мнению автора, культурная составляющая в сфере коммуникаций позволяет говорить о смене методологической парадигмы медиа в качестве специальной теории формирования смыслов в сетевизированных типах коммуникаций.

Ключевые слова: методология, теория, медиакоммуникации, эра цифровой цивилизации.

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: e.dugin@yandex.ru (Е.Я. Дугин)