

## МЕДИА-КОММУНИКАЦИЯ

Современное общество характеризуется возрастающей компьютеризацией, созданием глобальных и локальных сетей, формированием информационной среды, играющей все более значительную роль в профессиональной деятельности и в повседневной жизни современного человека (Ю. Д. Бабаева, А. Е. Войскунский, 1998). Так, его основными чертами являются: приоритет информации над традиционными экономическими и политическими ценностями; повышение роли и значения коммуникации, сетевых информационных технологий; возникновение глобального общества на основе общей информационной культуры. Информатизация приводит к изменениям в критериях социальной дифференциации, которые формируются теперь на основе образования и культуры, в широком смысле — на основе обладания и возможности контроля над информацией.

Быстро меняющиеся условия социальной среды, интенсивные технологические изменения приводят к необходимости переустройства системы высшего образования в связи с предъявлением новых требований к качеству и содержанию подготовки современного специалиста. Перефразируя П. Г. Щедровицкого (П. Г. Щедровицкий, 2000), можно сказать, что высшее образование в настоящее время ориентировано на следующие цели:

1) обеспечение высокой образовательной мобильности, в том числе и за счет развитой информационно-коммуникационной виртуальной среды вуза, обеспечивающей доступ обучающимся к информационным ресурсам, учебному и научному оборудованию, электронным библиотекам с любого рабочего места в единой информационной среде;

2) развитие технологической инфраструктуры, которая позволяла бы обеспечивать мультисервисный подход к проведению занятий с использованием высокоскоростных компьютерных классов, мультимедийных интерактивных систем, телекоммуникационных технологий, цифрового телевидения и телефонии в реальном режиме времени;

3) подготовка квалифицированных кадров, обладающих высоким уровнем технологической и информационной культуры, способных осваивать новые технологии обучения.

Указанные цели неразрывно связаны с пониманием трансформации и усложнения структуры коммуникативных связей в виртуальных образовательных средах; с разработкой критериев информационной культуры преподавателей и студентов; с расширением понимания психологической специфики интерактивного общения в виртуальной коммуникационной среде; с разработкой направлений активизации творчески-инновационной совместной деятельности преподавателей и студентов в виртуальной коммуникационной среде.

Особый смысл в современном образовании приобретают системы удаленных образовательных коммуникаций, которые выступают новаторской формой профессионального образования, создаваемой и развиваемой в связи с запросами современного общества. Удаленные образовательные коммуникации подразумевают и образовательную мобильность, и обращенность обучения и образовательного процесса в целом к человеку, и создание максимально благоприятных условий для овладения учащимися социально накопленным опытом, заключенным в содержании обучения. В то же время, преподаватели и студенты, взаимодействующие на основе удаленных образовательных коммуникаций, должны обладать специальными навыками работы с информационными продуктами и системами, основанными на современных достижениях науки и техники, а также ориентироваться в новейших технологиях.

В обозначенном контексте необходимо рассмотреть основные направления в понимании термина «медиа-коммуникация» в современном информационном обществе, для которых характерен междисциплинарный подход, обращение к широкому спектру теорий. Междисциплинарность исследований медиа-коммуникации определяется ее всесторонним усложняющим воздействием на личность и социум, процессами глобализации и информационными вызовами современной эпохи, такими как взаимопроникновение физического мира и киберпространства, познавательное, межличностное и общественное воздействие информационных сред.

*Историко-культурное* понимание медиа-коммуникации связано с идеей о медиа-средствах поэтапного «расширения человека» (М. Маклюэн, 2003 и др.) от периода устной коммуникации через «рукописное» и «книгопечатное» общество к «электронной эре». Каждую ступень характеризует особенный когнитивно-коммуникативный стиль — медийно-опосредованная совокупность способов восприятия действительности человеком.

В русле *социоцентрического* подхода медиа-коммуникация рассматривается в контексте общественных отношений (М. Кастельс, 2000; Н. Луман, 2005 и др.) как особый вид социальной практики. В данном контексте медиа-коммуникация становится основной информационной средой реализации большинства социально значимых видов взаимодействия; встраивается в различные сферы деятельности человека, становится неотъемлемым фактором формирования современной картины мира.

*Техноцентрические* концепции изучают медиа-коммуникацию как одно из важных условий эволюции культуры (А. Моль, 2008 и др.). В качестве определяющих факторов рассматриваются как технологические возможности медиа-коммуникации, так и особенности ее содержания. В рамках данного подхода уделяется внимание функциям медиа-коммуникации как системы, ее организации, отношениям с другими сферами общества. Анализ содержания проводится в контексте его детерминации элементами социальной структуры и особенностями функционирования массовой коммуникации (Р. О. Якобсон, 1985 и др.).

В *семиоцентрическом* подходе специфика медиа-коммуникации определяется ее семиотической природой как взаимодействия, опосредованного знаками, знаковыми системами, языками, кодами (Ч. С. Пирс, 2000 и др.). Важными здесь являются и технические возможности средств ее реализации: высокая информационная емкость, легкость и убедительность чувственного (образного) восприятия, доминирование продуктивных возможностей над репродуктивными, скорость и широта трансляции и тиражирования, массовость и доступность.

В *психологических* исследованиях медиа-коммуникации изучаются индивидуальные и групповые процессы, опосредующие информационное взаимодействие, медиа-коммуникативное поведение, индивидуальное использование средств медиа-коммуникации, влияние медиа-средств на человека (П. Винтерхофф-Шпурк, 2007 и др.).

Несмотря на широкий круг концепций единого общепризнанного определения понятия «медиа-коммуникация» пока не выработано. Этимология данного термина связана с использованием латинских прообразов *communicatio* — сообщение, передача, а также *medium* — промежуточное, посредствующее, посредник.

Рабочее определение термина в настоящем материале опирается на понимание *медиа-коммуникации* как процесса, связанного с распространением с помощью технических средств между различными группами и индивидуумами специально подготовленных сообщений, представляющих социальную и личную значимость.

В состав средств медиа-коммуникации входят технические устройства для создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия и обмена информацией. Развитию медиа-коммуникации последовательно способствовал ряд электронных устройств. К их числу относились: телеграф, телефон, радио, кинопроектор, фонограф, телевидение, фотокопир, автоответчик, компьютер, видеомэгафон, компакт-диск, голография, сотовый телефон, факс, DVD, модем, Интернет.

Для компьютерно-опосредованной коммуникации среди ключевых технологий, повлиявших на ее появление и развитие, можно назвать сетевые аппаратно-программные средства: компьютерная сеть, электронная почта, глобальная сеть Интернет, сервисы обмена текстовыми сообщениями — дискуссионные группы, списки рассылки, телеконференции, форумы, IRC, ICQ, а также графический браузер, динамический HTML и интерактивные технологии.

Характерные черты сетевой медиа-коммуникации: *интегативность* — включение свойств медиа-предшественников (периодическая печать, ТВ и т. д.), *интерактивность* — порождение специфических форм социальности и социальной интеграции. Характерными особенностями компьютерно-опосредованной медиа-коммуникации являются: потенциальная возможность осуществления коммуникации каждым без ограничения во времени и пространстве (anyone/anytime/anywhere); отсутствие централизованного управления; самостоятельность и высокая подключаемость субъектов; паутиный, нелинейный характер взаимодействия (Г. Рейнгольд, 2006). Коммуникативный процесс может проходить в режиме реального времени — с одним собеседником (канал чата, ICQ) или с большим количеством участников (компьютерная видеоконференцсвязь, чат), или в режиме отсроченного общения — с одним собеседником (личная электронная переписка) или со многими (список рассылки, телеконференции, веб-форумы). К психологическим особенностям медиа-коммуникации в компьютерных системах относятся:

- 1) анонимность и специфичность выразительных средств, обусловленные отсутствием непосредственного контакта;
- 2) особый характер восприятия коммуникативного пространства и времени.

В качестве критериев (оснований) для выделения типов медиа-коммуникации могут рассматриваться следующие параметры: количество участников (межличностная медиа-коммуникация, групповая медиа-коммуникация, массовая медиа-коммуникация); диалогичность—монологичность; использование конкретных технических средств; синхронность—диахронность; периодичность—апериодичность; использование вербальных текстов—мультимедийность; использование различных сенсорных каналов человека в процессе медиа-коммуникации. Исследование функций медиа-коммуникации реализуется в русле номотетического и идеографического подходов. Номотетический подход связан с изучением общих эксплицитных закономерностей медиа-коммуникации, тогда как идеографический направлен на изучение каждого средства коммуникации как уникального артефакта, с последующей формулировкой имплицитных закономерностей их эволюции. Функции медиа-коммуникации включают: идеологическое и политическое влияние, поддержание социальной общности, организацию, информирование, просвещение, общение и развлечение. Конкретное содержание функций медиа-коммуникации, с одной стороны, определяется спецификой социального, экономического и культурного контекста, с другой — радикальным образом изменяет формы и способы коммуникации, культурного производства и потребления, сферу экономических, политических и межличностных отношений, модели образования.

*ЛИТЕРАТУРА*

1. Бабаева Ю. Д., Войскунский А. Е. Психологические последствия информатизации // Психологический журнал. 1998. № 1.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общества и культура. М., 2000.
3. Луман Н. Медиа-коммуникации / Пер. с нем. / А. Глухов, О. Никифоров. М.: Издательство «Логос», 2005.
4. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Г. Николаева. — М.; Жуковский: Канон-пресс-Ц; Кучково поле, 2003.
5. Моль А. Социодинамика культуры / Пер. с фр. М.: Издательство ЛКИ, 2008; Щедровицкий П. Г. Ситуация в области образования // Русский журнал, ноябрь 2000. Режим доступа: [http://www.russ.ru/ist\\_sovr/ckp/200011031.html](http://www.russ.ru/ist_sovr/ckp/200011031.html).
6. Якобсон Р. О. Речевая коммуникация; Язык в отношении к другим системам коммуникации // Избранные работы. М.: Прогресс, 1985.

---

---

## ОБЪЯВЛЕНИЕ

---

---

**О КОНКУРСНОМ ОТБОРЕ НА ДОЛЖНОСТИ  
ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА**

**Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена**

**о б ъ я в л я е т**

**Конкурсный отбор на замещение должностей на контрактной основе:**

**Профессоров кафедр:**

истории и теории социологии (0,75 ставки); русской литературы (0,4 ставки).

**Доцентов кафедр:**

прикладной лингвистики (0,5 ставки); живописи (1 ставка); экономического образования (0,75 ставки).

**Старших преподавателей кафедр:**

информационных и коммуникационных технологий (1 ставка).

**Ассистентов кафедр:**

информационных и коммуникационных технологий (0,5 ставки); прикладной экономики (2 по 0,75 ставки); художественного образования ребенка (0,25 ставки); эстетики и этики (0,75 ставки).

Срок подачи документов — месяц со дня опубликования объявления.

Адрес: 191186, Санкт-Петербург, наб. р. Мойки, 48, РГПУ им. А. И. Герцена,  
отдел ученого секретаря. Телефон: 571-29-52.