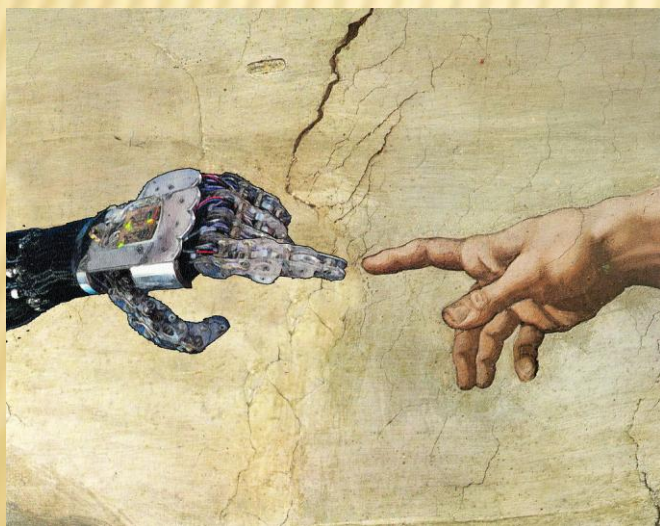


И.М. Дзялошинский,
профессор НИУ ВШЭ,
заведующий Лабораторией бизнес-коммуникаций

Коммуникационные институты: новые подходы



Доклад на Всероссийской конференции
«Векторы развития медиаисследований в России»

Москва, 8 июня 2012 г.

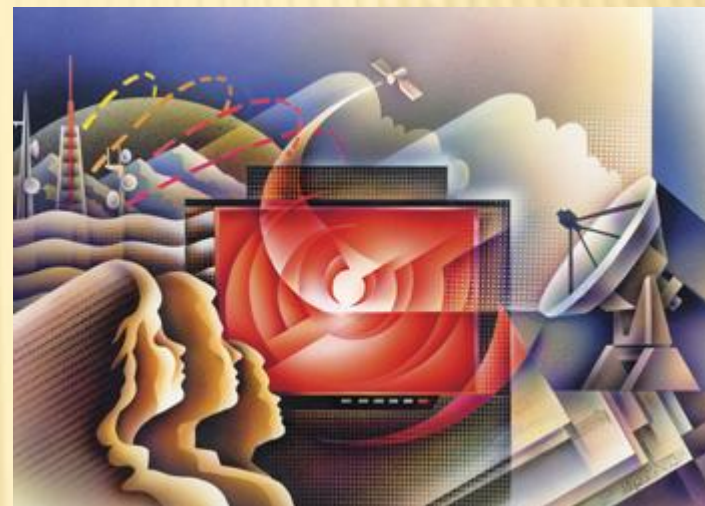
Общие положения

- ✗ Мысль о том, что СМИ (и обеспечивающая их функционирование журналистика) являются частью коммуникационной системы общества, кажется, уже ни у кого не вызывает возражений.
- ✗ Следовательно, мы можем применить некоторые идеи, формирующиеся в науках о коммуникации, к анализу процессов, происходящих в медиасреде в целом и в СМИ в частности.



Комплекс наук о коммуникации

- ✗ Общая теория коммуникации;
- ✗ Межличностная и деловая коммуникации;
- ✗ Теория массовой коммуникации;
- ✗ Теория организационной коммуникации;
- ✗ Коммуникационный менеджмент;
- ✗ История коммуникаций;
- ✗ Методы коммуникационных исследований;
- ✗ Теория кросс-культурных коммуникаций;
- ✗ Теория вербальной коммуникации;
- ✗ Теория визуальной коммуникации;
- ✗ Политическая экономия и экономия коммуникаций;
- ✗ Коммуникативные исследования;
- ✗ Международные и глобальные коммуникации;
- ✗ Теория виртуальных коммуникаций и т.д.



Коммуникативистика или коммуникология?

- ✗ В настоящее время идет поиск новой парадигмы и методологии исследования коммуникации как самостоятельной области знания, а именно науки о коммуникации.



- ✗ Что касается названия такой науки, то есть несколько позиций.
- ✗ **М.А. Василик** полагает, что с учетом уже высказанных в литературе предложений эту науку предпочтительно именовать **коммуникологией**.
- ✗ Другие ученые, например **Е.В. Землянова**, склоняются к термину «**коммуникативистика**».

Некоторые исследователи предлагают использовать оба понятия

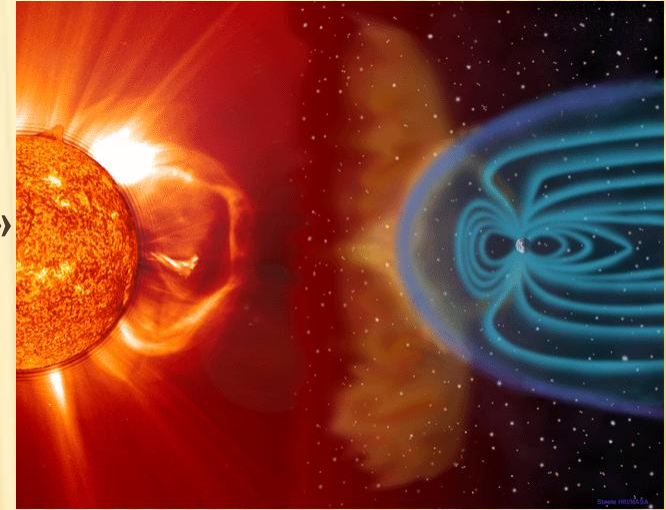
- ✗ Например, **Феликс Шарков** полагает, что **коммуникативистика** - научное направление **коммуникологии**, изучающее зарождение и функционирование информационно-коммуникационных систем, способы осуществления коммуникаций этих систем с внешней общественной средой, а также теоретические основы и практические аспекты социального взаимодействия в различных сетях коммуникации (включая электронные сетевые сообщества).
- ✗ По мнению Шаркова, **коммуникативистика** занимается изучением закономерностей функционирования информационно-коммуникационных систем (прежде всего - глобальных) и их взаимодействия с внешней по отношению к ним общественной средой.

Есть и более радикальные взгляды

- ✗ Так, А.Н. Чумиков считает, что **коммуникативистика** - это не наука, а сознательная и профессиональная организация коммуникации, призванная оказывать запланированное влияние на общественность (целевые группы).
- ✗ По его мнению, **коммуникативистика** — это управление восприятием целевых групп с помощью сознательного производства (интерпретации) посланий и размещения их в специально организованных коммуникационных каналах.

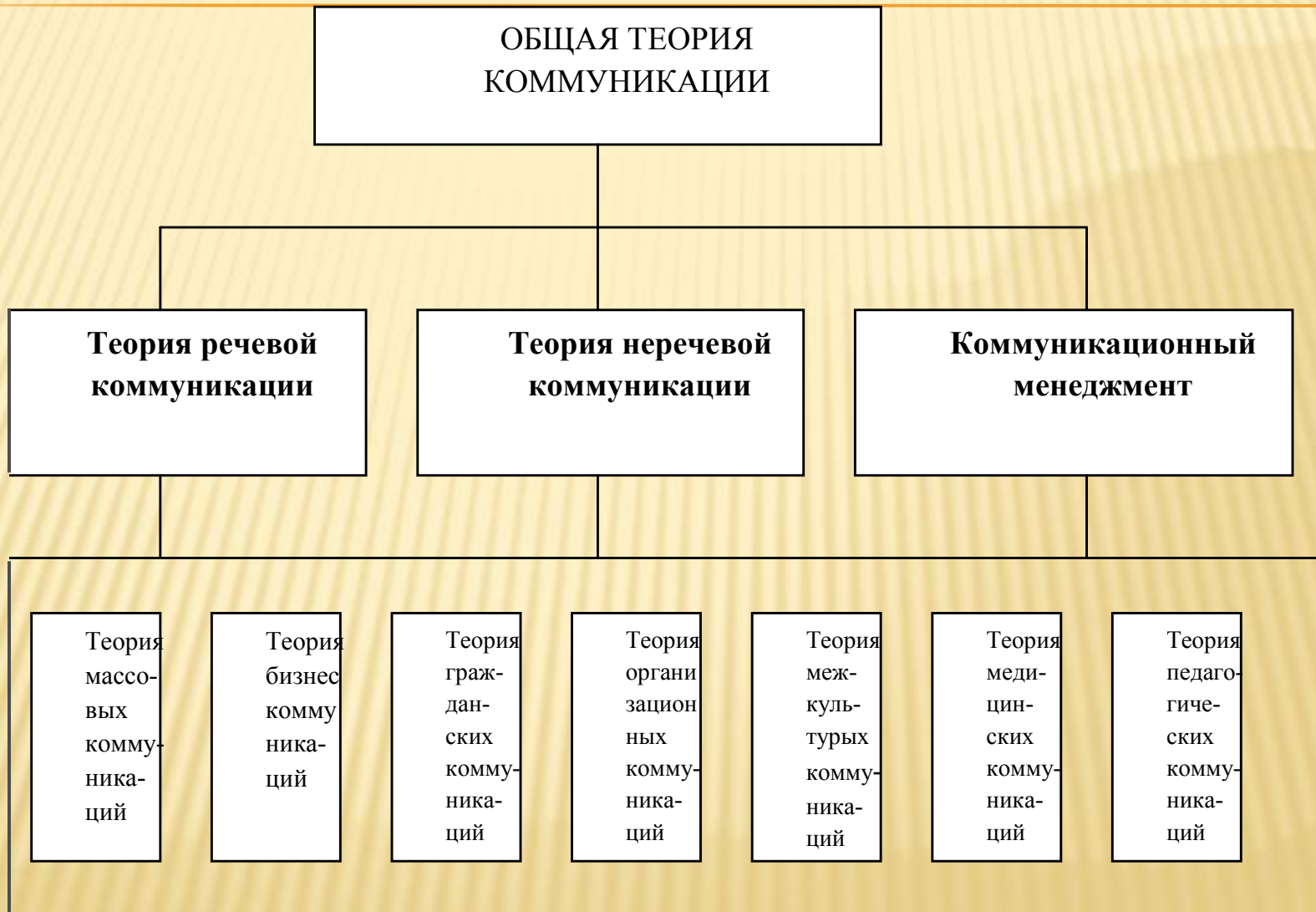
Коммуникативистика как междисциплинарный комплекс

- ✗ На мой взгляд, понятие «**коммуникативистика**» имеет смысл использовать для обозначения **всего комплекса** научных дисциплин и практических приложений, описывающих, объясняющих и разрабатывающих методическое обеспечение для коммуникативной деятельности человека и социальных систем.



- + Схематически этот тезис может быть представлен следующим образом (см. след. слайд).

Междисциплинарный комплекс «Коммуникативистика»



Теоретический и прикладной уровень коммуникативных исследований

- ✗ Ценность любой науки определяется не только уровнем теоретических обобщений, который она предлагает, но и областью применений ее выводов, практических рекомендаций для всего общества.
- ✗ Поэтому в любой современной науке существуют два основных уровня исследований:
 - + теоретический,
 - + прикладной.
- ✗ Можно констатировать, что в исследованиях коммуникации наряду с абстрактными, теоретическими представлениями, достаточно сильно дистанцированными от конкретной действительности, выкристаллизовались знания, которые непосредственно сфокусированы на изучении и решении практических коллизий коммуникационного поведения.
- ✗ Однако по вопросу о том, как именовать эту – прикладную – сферу коммуникационных исследований тоже нет согласия.



Прикладная филология?

- ✗ По мнению А.А. Чувакина, «**прикладная филология**» («приложения филологии») может быть охарактеризована как направление в филологии, занимающееся исследованием «подведомственных» ей объектов во имя решения конкретных практических проблем в различных сферах языковой, литературной, информационно-коммуникационной жизни человека и общества, использования естественного языка и текстов в различных сферах коммуникации, обеспечивающее разработку принципов, методов, технологий решения практических задач в филологии. Прикладная филология есть закономерный этап интеграции филологических наук, в частности тех их составляющих, которые традиционно квалифицируются как прикладная лингвистика и прикладное литературоведение; здесь же могут быть упомянуты и те отрасли современной гуманитарной науки и практики, которые заняли в филологии отдельную позицию (напр., журналистика) / «отпочковались» от филологии (рекламоведение; связи с общественностью и др.)».

Прикладная коммуникативистика?

- ✗ Российская ассоциация политической науки, Академия политической науки совместно с кафедрой политологии и политического управления РАГС создали Исследовательский комитет по прикладной политической коммуникативистике.
- ✗ По мнению одного из инициаторов создания этого комитета **Л.Н. Тимофеевой**, предметом **прикладной политической коммуникативистики** являются политические коммуникации, под которыми она предлагает понимать:
 - + управленческие политические коммуникации,
 - + избирательные политические коммуникации,
 - + политические маркетинговые коммуникации,
 - + конфликтные политические коммуникации.

Определение

- ✗ Таким образом, можно констатировать, что есть прецедент формирования **прикладной коммуникативистики**.
- ✗ И, следовательно, если появилась прикладная политическая коммуникативистика, то почему бы не возникнуть прикладной бизнес-коммуникативистике, прикладной гражданской коммуникативистике, прикладной педагогической коммуникативистике и т.п.
- ✗ Можно предложить, в качестве предварительного определения, следующую общую формулировку:

Прикладная коммуникативистика — комплекс научных дисциплин, исследующих конкретные коммуникационные ситуации с целью разработки практических советов и рекомендаций, служащих повышению эффективности коммуникации.

Предмет прикладной коммуникативистики

- ✗ Разнообразные регуляторы, определяющие коммуникативное поведение и взаимные коммуникативные ожидания субъектов коммуникации.
- ✗ Эти «регуляторы» разными учеными обозначаются различными понятиями: принципы, постулаты, нормы, правила, дискурсы, конвенции, кодексы, форматы.

Коммуникации:

институциональный подход

- ✗ Начиная с Э. Дюркгейма и Г. Спенсера социальные (иногда их называют «общественные») институты рассматриваются как определенные способы действий и суждений, существующие в обществе вне и независимо от отдельно взятого индивида.
- ✗ В современной науке понятием «**ИНСТИТУТ**» обычно обозначается система устойчивых отношений по поводу согласования (упорядочения) форм совместных взаимодействий индивидов на основе использования норм и правил, разделяемых участниками взаимодействий.

Таким образом...

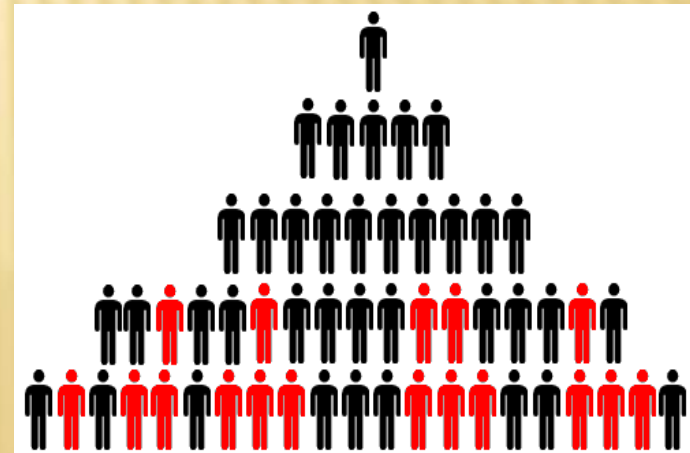
- ... **институты** - это правила, механизмы, обеспечивающие их выполнение, и нормы поведения, которые структурируют повторяющиеся взаимодействия между людьми;
- ... **институты** представляют собой структуры, которые люди накладывают на свои взаимоотношения, определяя стимулы и ограничения, очерчивающие границы выбора;
- ... **институты** структурируют формы поведения.

Главное отличие организации от института

- ✗ **Институт** возникает, если так можно сказать, органически, он – результат естественного развития общества.



- ✗ **Организация** – сознательно создаваемое образование, результат рационального творчества.



Институты

формальные и неформальные

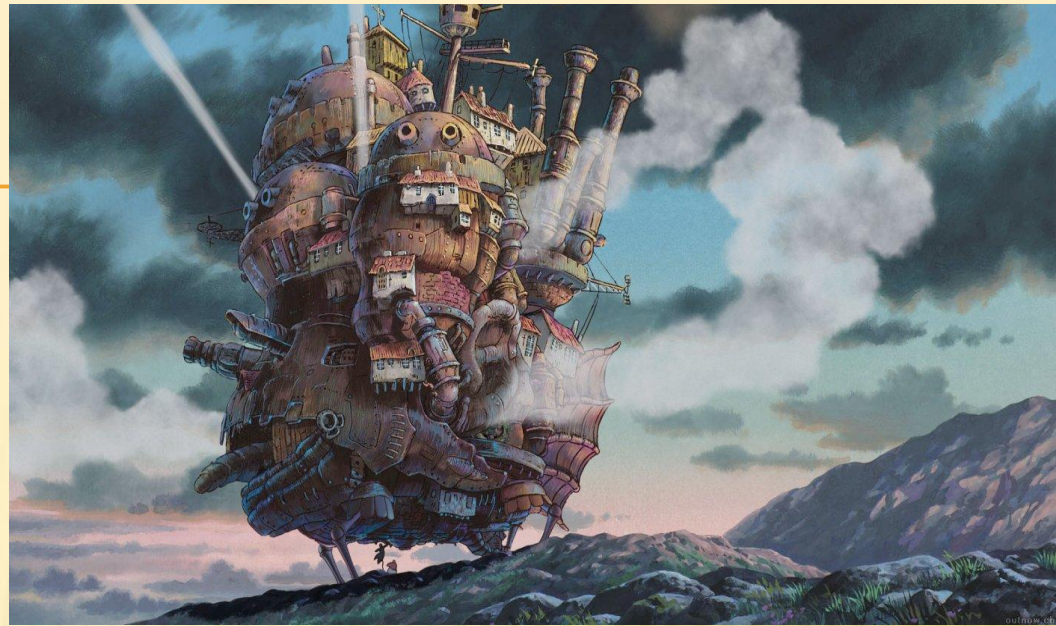
- ✗ В отличии от старых институционалистов, неинституционалисты разделяют «правила игры» на формальные и неформальные.
- ✗ Д. Норт считает, что:
 - + **Формальные институты** устанавливаются и поддерживаются сознательно, в основном силой государства. Они выстраиваются в определенную иерархию: правила высшего порядка изменить труднее, чем правила низшего порядка (конституцию труднее, чем закон, а закон труднее, чем административный акт).
 - + **Неформальные институты** складываются спонтанно, без чьего-либо сознательного замысла, как побочный результат взаимодействия множества людей, преследующих собственные интересы.

Коммуникации как институт

- ✗ С точки зрения этого подхода, любые **коммуникации являются социальным институтом**, организующим деятельность включенных в сферу его влияния людей по определенным жестким матрицам, сформировавшимся столетиями и чрезвычайно трудно поддающимся трансформации.



- ✗ Это означает, что **коммуникации в целом** представляют собой не просто совокупность организаций и коллективов, исполняющих добровольно взятые на себя определенные обязанности.



- ✗ Это довольно жесткая система правил, норм, общественных ожиданий, в соответствии с которыми должны исполняться эти обязанности.
- ✗ Эти правила, нормы, ожидания объективируются в виде определенного статуса людей, обеспечивающих функционирование системы коммуникаций, а также в виде ролей, исполнение которых возлагается (а иногда навязывается) на людей, ассоциирующихся с данным институтом.

Институциональные и культурные матрицы

- ✗ Известные исследователи **Карл Поланьи** и **Дуглас Норт** высказали предположение о том, что система институтов каждого конкретного общества образует своеобразную институциональную матрицу, которая определяет спектр возможных траекторий его дальнейшего развития.
- ✗ Развивая эти идеи, **Светлана Кирдина** сформулировала положение о том, что **«институциональная матрица – своеобразный генотип общества – складывается в момент образования государств и на протяжении их развития сохраняет свою природу»**.
 - + По мнению Кирдиной, человечество знает две базовые матрицы, которые во многом определяют образ жизни и социальной деятельности людей: **X-матрица** и **Y-матрица**.
 - + Каждая из этих матриц опирается на специфические именно для нее экономические, политические и идеологические институты.



Институциональные матрицы

Х-матрица	Y - матрица
Экономические институты	
Верховная условная собственность	Частная собственность
Редистрибуция (аккумуляция-согласование-распределение)	Обмен (купля-продажа)
Кооперация	Конкуренция
Служебный труд	Наемный труд
Снижение издержек (Х-эффективность)	Возрастание прибыли (Y -эффективность)
Политические институты	
Административное деление	Федерация
Иерархическая вертикаль во главе с центром	Самоуправление и субсидиарность
Назначения	Выборы
Общее собрание и единогласие	Многopартийность и демократическое большинство
Обращения по инстанциям	Судебные иски
Идеологические институты	
Коллективизм	Индивидуализм
Эгалитаризм	Стратификация
Порядок	Свобода

Коммуникационные матрицы

- ✗ Современная наука доказала, что любое коммуникативное действие опосредовано обязательными нормами и правилами, которыми определяются взаимные поведенческие ожидания и которые должны пониматься и признаваться, по крайней мере, двумя субъектами, осуществляющими коммуникацию.
- ✗ Каждый, кто участвует в коммуникации, интуитивно стремится следовать некоторым нормам и правилам, позволяющим, по его мнению, общаться результативно, успешно.



Типы коммуникационных матриц

- ✗ Опираясь на идею С. Кирдиной о существовании идеальных типов Х- и Y-матриц, можно свести множество различных коммуникационных матриц в три основные группы: вертикальные, горизонтальные и гибридные матрицы.
 - + **Вертикальная матрица:**
 - ✗ распределение субъектов коммуникации по вертикали (родители – дети; начальники – подчиненные; государство – подданные);
 - ✗ государство играет доминирующую роль в большинстве коммуникативных процессов;
 - ✗ доступ к информации затруднен множеством специальных нормативных актов;
 - ✗ не реализуется право на свободное выражение собственного мнения.
 - + **Горизонтальная матрица:**
 - ✗ партнерские отношения между субъектами коммуникации;
 - ✗ отлажен механизм обратной связи;
 - ✗ законодательно закреплено и реализуется право на свободный доступ к информации, на выражение собственного мнения, на личный выбор каналов коммуникации.
 - + **Гибридная матрица:**
 - ✗ распределяет субъектов коммуникации по классам, внутри которых существуют горизонтальные отношения, а между которыми – вертикальные;
 - ✗ обеспечен частичный доступ к различным информационным массивам, однако доступ к значительной части информационных ресурсов требует специального разрешения.
- ✗ Сегодня в России сосуществуют все три коммуникационные матрицы.
- ✗ Базовой является **гибридная**, а вертикальная и горизонтальная выступают в роли комплементарных матриц.

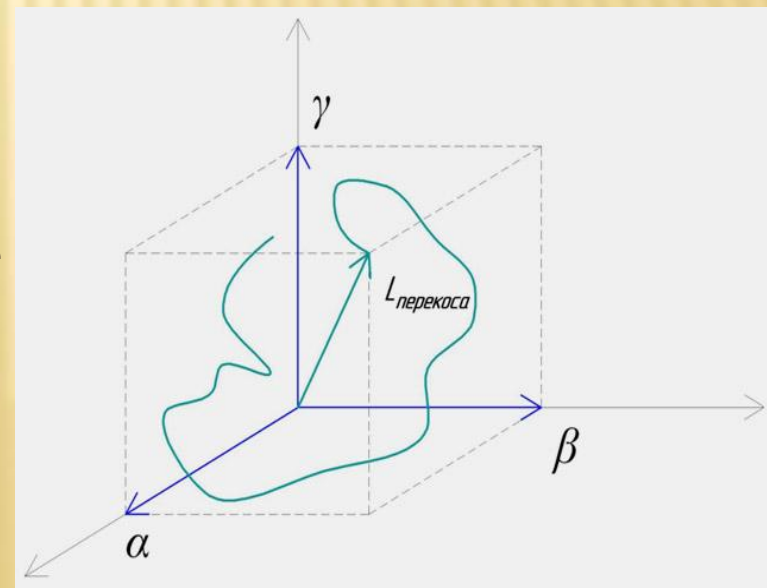
Медиаматрицы как предмет прикладной медиакоммуникативистики

- ✗ Функционируя в медиапространстве, коммуникационная матрица реализуется в виде **медиаматрицы**, то есть совокупности более или менее жестких норм и правил, в соответствии с которым создается масс-медийный продукт.
- ✗ Медиаматрица действует на всех этапах журналистской и редакционной деятельности: при отборе новостей, определении жанров и т.д.
- ✗ Медиаматрица, в свою очередь, разветвляется на несколько видов, обеспечивающих реализацию разных целей массовой коммуникации.
- ✗ В самом общем виде можно выделить следующие медиаматрицы:
 - + журналистика,
 - + реклама,
 - + PR и др.



Матрицы журналистской деятельности

- ✗ В рамках российской профессиональной журналистской культуры сосуществуют несколько альтернативных парадигм профессиональной деятельности, отличающихся друг от друга всеми компонентами, включая и нравственно-этический.
- ✗ Все они располагаются в своеобразном «пространстве», образуемом тремя векторами, в качестве которых выступают фундаментальные социально-профессиональные установки, определяющие общий характер отношения журналиста к аудитории.



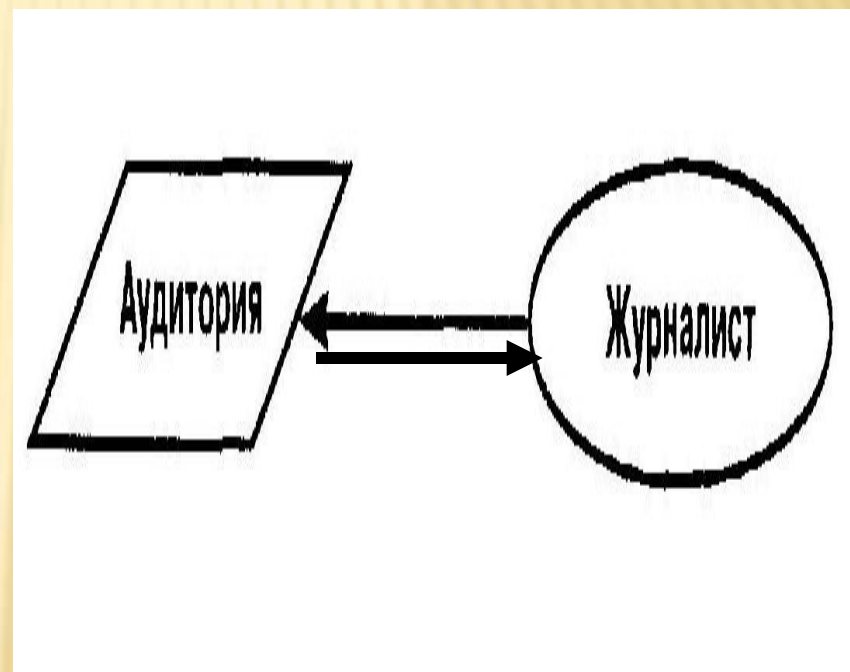
Отношения журналистики влияния и аудитории

- + Первая из таких установок ставит журналиста **над аудиторией**, определяя его право рассматривать своих читателей как объект управления (воспитания, формирования), а себя – как носителя или транслятора управленческих программ разного типа и уровня.
- + Если попытаться одним словом охватить конечный смысл деятельности журналиста, исповедующего этот подход, то этим словом будет **«влияние» («воздействие»)**.



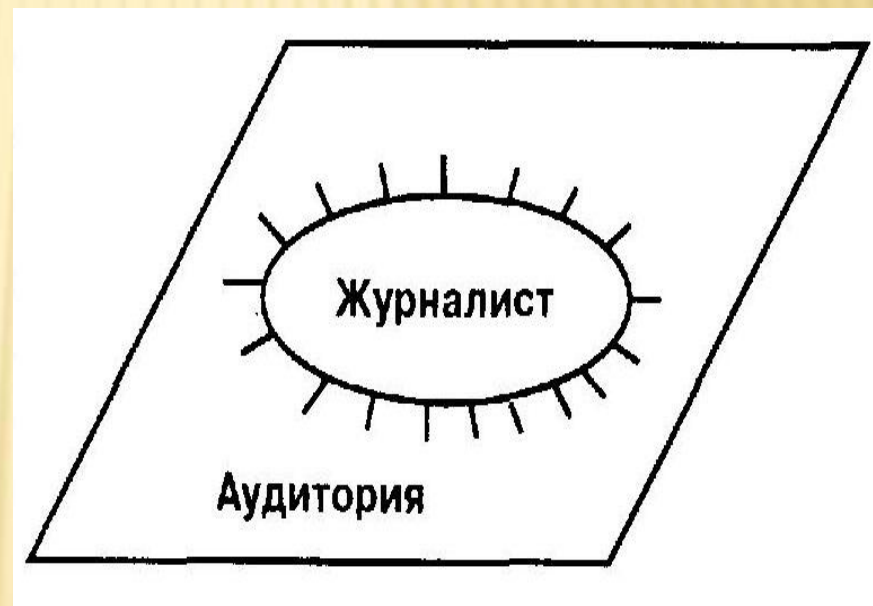
Отношения журналистики информирования и аудитории

- + Вторая установка размещает журналиста **рядом с аудиторией** и ориентирует его на отношения информирования.
- + В этом случае журналист считает своей основной профессиональной обязанностью поставлять аудитории разнообразные интересующие ее сведения, данные, материалы, оказывать помощь в выражении мнений.



Отношения журналистики соучастия и аудитории

- + Третья установка требует от журналиста находиться **внутри определенного человеческого сообщества**, рассматривать себя как заинтересованного участника совместного с аудиторией поиска решений сложных жизненных проблем.
- + Главная идея такой журналистики заключается в том, что журналистам следует рассматривать читателей, зрителей, слушателей не как фон или пассивных наблюдателей, не как жертв различных обстоятельств, а как участников решения важных вопросов.
- + Эта журналистика самоопределяется в таких терминах, как «гражданская», «коммунитарная», «гуманитарная» журналистика, журналистика соучастия, партнерская и т.п.
- + Основной задачей журналиста, работающего в этой профессиональной парадигме, становится задача быть **«модератором диалога»**.



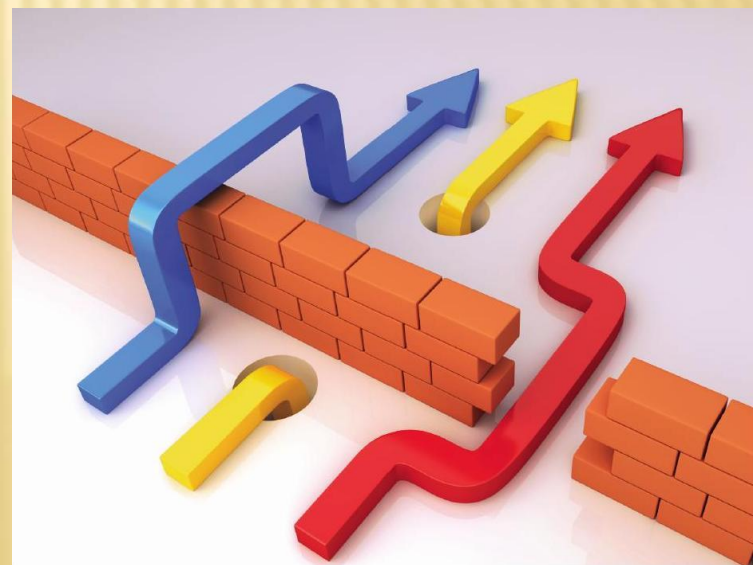
Проблема стабильности и изменчивости медиаматриц

- ✗ Институты меняются с трудом.
- ✗ Институциональное изменение требует больших усилий потому, что процесс институциональных перемен вызывает неуверенность.
- ✗ Если институты меняются, то велика вероятность того, что акторы, занимавшие выгодное положение в прежней конфигурации, потеряют часть своей власти и влияния.
- ✗ В то же время трудно предвидеть, кто выиграет от новой институциональной конфигурации.
- ✗ Поэтому стабильность для многих желаннее перемен.



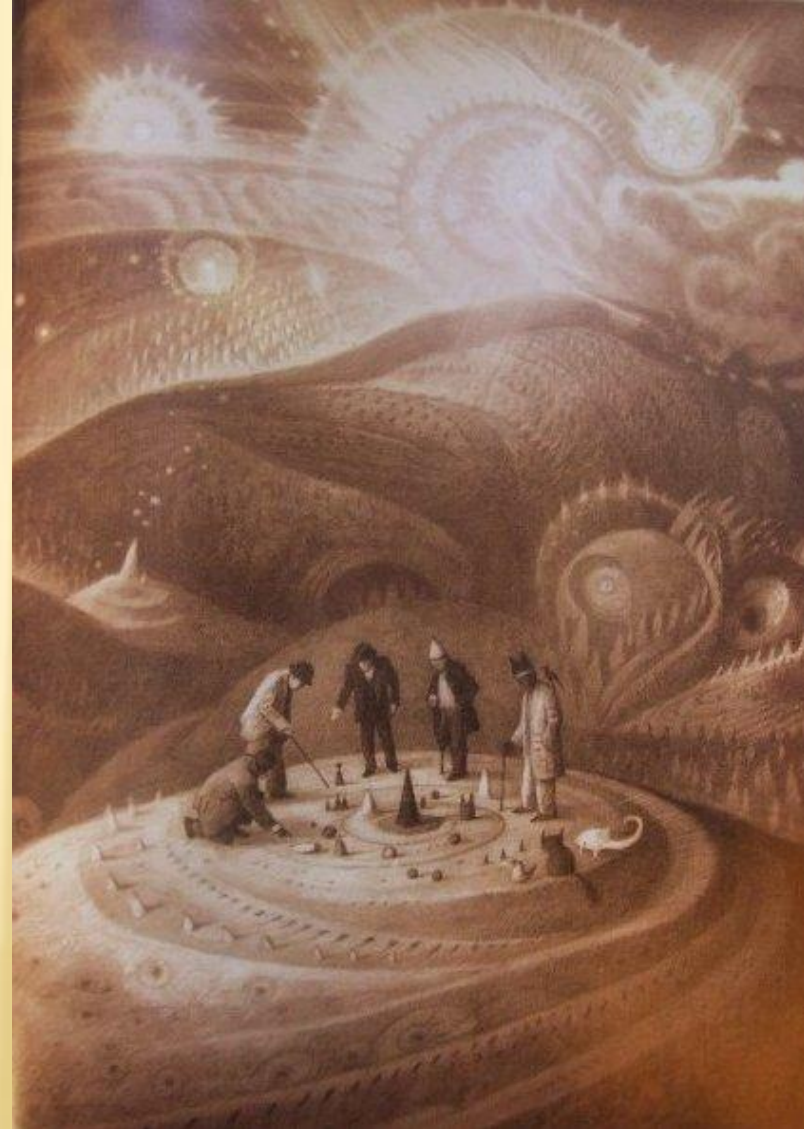
Факторы изменений медиаматриц

- ✗ Изменение медиаматриц происходит под воздействием сочетания внешних факторов (различные виды ограничений или стимулов, исходящих извне) и внутренней борьбы, принимающей формы протеста или отступничества недовольных акторов.
- ✗ Изменение властных отношений между членами института, образование и мобилизация коалиций акторов, возникновение новых интерпретаций правил также могут стать мотивом для пересмотра установленных правил.



Стадии изменений медиаматриц

- ✗ После периода неустойчивости и неопределенности, который сопутствует созданию новых медиаматриц, они проходят фазы легитимации, автономизации и стабилизации.
- ✗ Создается мифическое повествование об их происхождении, которое описывает их возникновение как процесс логический, необходимый и неизбежный.
- ✗ Новые матрицы вписываются в традицию, в значительной части придуманную.
- ✗ Дискурсы об естественном происхождении новых медиаматриц позволяют скрыть связь их возникновения с общеинституциональным процессом.





за внимание!