


## СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ 3


### Тема: Масова комунікація і культура


#### План

1. Засоби масової інформації і масова культура.
2. Ідеологічний вплив засобів масової інформації.
3. Функція соціалізації засобів масової інформації.
4. Образи соціальних груп в засобах масової інформації.

 **Основні поняття:** засоби масової інформації, масова культура, індустрія культури, культурний артефакт, ідеологія, політична ідеологія, ідеологічний вплив, символічне насилля, ідеологічні штампи, стереотипи, імідж, телебачення, соціалізація, агенти соціалізації, молодіжні субкультури, випереджальна соціалізація, масова освіта, індивідуалізація, телевізійна реклама, інформаційний простір.

#### Методичні рекомендації

 Розкриваючи **перше питання**, необхідно розпочати із аналізу сутності та основних характеристик масової культури. Пригадати аспекти теоретичного аналізу масової комунікації, а саме концепції Г. Маклюєна, Ж. Бодрійара, М. Кастельса та інших. Розглянути витвори масової культури як товар. В даному контексті пригадати концепцію «індустрії культури Т. Адорно. Проаналізувати відтворення зразків високої культури, які ще спочатку створювались як унікальні (за В. Беньяміном). Розглянути вплив технічного прогресу на формування технічного прогресу. Дати визначення поняттю «культурний артефакт». Порівняти особливості споживання культурної продукції в сучасному суспільстві і в суспільствах минулого. Проаналізувати співвідношення підвищення рівня життя і рівня освіти, а також появу вільного часу, яке необхідно чимось заповнити і масового попиту на культурну продукцію. Розкрити сутність формування оцінки витворів культури. Охарактеризувати рівень витворів масової культури в «індустрії культури». Назвати основні та латентні функції масової культури в сучасних суспільствах.

 Розкриття **другого питання** передбачає аналіз студентом сутності політичної діяльності. Розкрити сутність та основні характеристики понять «ідеологія», «політична ідеологія». Проаналізувати поняття «ідеологія» з точки зору сучасного суспільствознавства, гуманітарного знання, постмарксистської критичної традиції соціологічної думки та ін. Розповісти про історію виникнення терміну «ідеологія» і розвиток вчень про ідеологію. Охарактеризувати специфіку «символічного насилля» за П. Бурдьє, механізми, за допомогою яких здійснюється символічне насилля. Розглянути особливості ідеологічних штампів та стереотипів. Проаналізувати зміст роботи Д. Крото і У. Хойнса «Медіа/Суспільство: індустрія, імідж і аудиторія». Охарактеризувати три сфери масової комунікації, де ідеологічний вплив проявляється більш виразно (за Д. Крото і У. Хойнсом). Дати аналіз специфіці новинних програм за

Д. Крото і У. Хойнсом. Розповіді про особливості цінностей «соціального порядку» і «національного лідерства» в програмах новин. Проаналізувати ЗМІ як знаряддя ідеологічного впливу, так і механізм руйнування ідеологій. Назвати та проаналізувати три етапи, які характеризуються різними формами ідеологічного впливу із досвіду вітчизняних ЗМІ (I – радянський; II – 90-ті роки, перше десятиліття пострадянської історії; III – 2000-ні роки).

☞ **Третє питання** передбачає аналіз телебачення як одного з найбільш значимих агентів соціалізації. Проаналізувати телебачення як джерело корисної інформації, так і джерело зразків для наслідування, конструювання власної ідентичності. Розповіді про специфіку формування та розвитку молодіжних субкультур на основі споживання тієї чи іншої продукції масової культури, яка тиражується ЗМІ. Охарактеризувати телебачення як механізм «випереджальної соціалізації» і провокування стану фрустрації. Проаналізувати сутність лонгітюдного дослідження американських вчених Л. Ерона і Р. Гусмана про причинно-наслідкові зв'язки між переглядом «агресивних» передач і агресивною поведінкою. Сформулювати власну позицію на особливості впливу способу подачі інформації, характерної для ЗМІ, передусім телебачення, на спосіб сприйняття світу. Розглянути позицію В. Зверева на дану проблематику. Охарактеризувати сутність зміщення вікових кордонів у сучасних суспільствах під впливом ЗМІ, а саме: візуальне засвоєння інформації (телебачення), яке не потребує освіти і тривалої підготовки; «розтабування» раніше заборонених тем для дітей; інфантилізація дорослих та інше. Проаналізувати систему масової освіти як агента соціалізації в сучасних суспільствах. Розкрити сутність зміни формату освітнього процесу (індивідуалізація навчання; Інтернет як освітнє середовище; неофіційні освітні співтовариства в Інтернеті та ін.).

☞ Доповідь по **четвертому питанню** необхідно розпочати із аналізу того, що велике значення для соціалізації має образ тих чи інших соціальних груп, який створюється ЗМІ. Необхідно зауважити, що, якщо індивід не має реального досвіду взаємодії з ними, то телевізійний досвід стане для нього єдиною формою їх репрезентації. Проаналізувати той факт, що навіть на сприйняття тих груп, з представниками яких індивід безпосередньо спілкується, телевізійні версії можуть надати помітний вплив (жінки, етнічні меншини, злочинці, жителі інших країн, політики, молодіжні субкультури, релігійні угруповання та ін.). Охарактеризуйте специфіку образу молодої людини в телевізійній рекламі. Проаналізуйте, які соціальні групи взагалі не представлені, або представлені мало і односторонньо в інформаційному просторі (напр., інваліди, працівники фізичної праці, пенсіонери та ін.). Дати характеристику презентації національних відносин, питань, пов'язаних із національними меншинами на телебаченні (як приклад, ознайомитися із дослідженням російської дослідниці В.М. Пешкової про азербайджанську діаспору, 2004 рік). Проаналізувати тезу про те, що в сучасному суспільстві ЗМІ, і особливо телебачення, формує образ реальності як підміну реальності справжньої. Сформулювати соціальні, політичні і психологічні наслідки, пов'язані із даною ситуацією.



## Питання для самоконтролю

1. Яким чином розвиток ЗМІ вплинув на культуру сучасних суспільств?
2. Які характерні риси і функції властиві масовій культурі?
3. В чому полягає роль ЗМІ в соціалізації індивіда в сучасному суспільстві?
4. Яка роль телебачення у «зникненні дитинства»?
5. Що таке ідеологія?
6. В чому полягає ідеологічний вплив ЗМІ?
7. Наведіть приклади ідеологічного подання матеріалів на українському телебаченні.
8. Як Ви вважаєте, чи повинні ЗМІ сприяти утвердженню тієї чи іншої ідеології? Обґрунтуйте свою позицію.
9. Як Ви думаєте, чому ЗМІ приділяють більше уваги одним соціальним групам та ігнорують інші?
10. Як Ви вважаєте, представники яких соціальних груп частіше за все потрапляють в поле зору українських ЗМІ? Обґрунтуйте свою позицію.
11. Як Ви вважаєте, чи можуть ЗМІ змінити стереотипні уявлення, які склалися у суспільстві по відношенню до тих чи інших соціальних груп? Що необхідно для цього зробити?
12. Дайте загальну характеристику впливу ЗМІ на культуру сучасного українського суспільства.

## Основна література

1. Адорно Т. Новый подход к индустрии культуры / Т. Адорно // Контексты современности-I: актуальные проблемы общества и культуры в западной социальной теории. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2000. – С. 34-41.
2. Бергер А. Нарративы в массовой культуре / А. Бергер // Контексты современности-I: актуальные проблемы общества и культуры в западной социальной теории. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2000. – С. 80-91.
3. Дубин Б. В. Медиа постсоветской эпохи: изменение установок, функций, оценок / Б. В. Дубин // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. – 2005. – № 2 (76). – С. 56-67.
4. Зверева В. Репрезентация и реальность / В. Зверева // Отечественные записки. – 2003. – № 4. – С. 78-84.
5. Кукаркин А. В. Буржуазная массовая культура / А. В. Кукарин. – М. : Политиздат, 1985. – 285 с.
6. Куренной В. Медиа: средства в поисках целей / В. Куренной // Отечественные записки. – 2003. – № 4. – С. 156-167.
7. Постман Н. Исчезновение детства / Н. Постман // Отечественные записки. – 2005. – № 3. – С. 78-89.
8. Ритцер Д. Современные социологические теории / Д. Ритцер. – СПб. : Питер, 2002. – 268 с.
9. Хоркхаймер М. Диалектика просвещения / М. Хоркхаймер, Т. Адорно. – М. : Изд-во «Медиум», 1997. – 267 с.

10. Щендрик А. И. Социология культуры / А. И. Щендрик. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 367 с.

#### Додаткова література

1. Беннет Т. Политика «популярного» / Т. Беннет // Контексты современности-I: актуальные проблемы общества и культуры в западной социальной теории. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2000. – С. 56-72.
2. Гоулднер А. Идеология, аппарат культуры и новая индустрия сознания / А. Гоулднер // Контексты современности-I: актуальные проблемы общества и культуры в западной социальной теории. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2000. – С. 93-103.
3. Крото Д. Медиа и идеология / Д. Крото, У. Хойнс // Контексты современности-I: актуальные проблемы общества и культуры в западной социальной теории. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2000. – С. 104-119.
4. Меррин У. Телевидение убивает искусство символического обмена: теория Жана Бодрийара // Контексты современности-I: актуальные проблемы общества и культуры в западной социальной теории. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2000. – С. 123-134.
5. Риэл М. Культурная теория и её отношение к зрелищам популярной культуры и медиа / М. Риэл // Контексты современности-I: актуальные проблемы общества и культуры в западной социальной теории. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2000. – С. 67-84.
6. Тернер Б. Массовая культура, различие и стиль жизни / Б. Тернер // Контексты современности-I: актуальные проблемы общества и культуры в западной социальной теории. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2000. – С. 180-197
7. Тестер К. Медиа и мораль / К. Тестер // Контексты современности-I: актуальные проблемы общества и культуры в западной социальной теории. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2000. – С. 198-210.