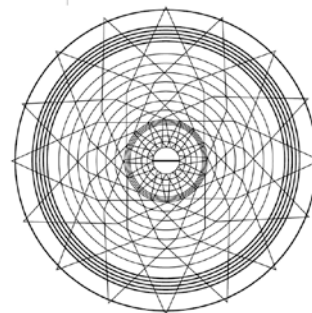


[Научная Жизнь]

Мансуров В. А.

Выступление на Международном симпозиуме
«Памяти Уилбура Шрамма»



16-17 ноября 2017 года в Высшей Школе Экономики прошел I Международный симпозиум по истории исследований сферы коммуникации «Памяти Уилбура Шрамма».

Инициатором симпозиума выступила редакция научного электронного журнала «Коммуникации. Медиа. Дизайн», который издается при факультете коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ.

Соорганизаторами симпозиума выступили крупнейшие и уважаемые институты, сильнейшие центры производства научного и академического знания в России.

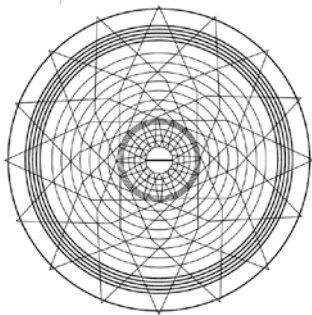
МАТЕРИАЛЫ I МЕЖДУНАРОДНОГО СИМПОЗИУМА ПО ИСТОРИИ ИССЛЕДОВАНИЙ СФЕРЫ КОММУНИКАЦИИ «ПАМЯТИ УИЛБУРА ШРАММА».

ВЫСТУПЛЕНИЕ ВАЛЕРИЯ АНДРЕЕВИЧА МАНСУРОВА

Мансуров В. А.

Доктор философских наук, Президент Российского
Общества Социологов

У меня несколько тезисов, на основе которых я построю свое общение, свою коммуникацию. Первый тезис связан с историей развития исследований СМК или СМИ, как сейчас у нас принято говорить, в нашей стране, на нашей территории сначала в Советском Союзе, затем в России. И, конечно, это связано с тем, что появляются новые профессии. Они появились, они есть, они развиваются, они функционируют. Но есть еще такой термин, который введен мной в название доклада – профессионализация. То есть профессиональная группа возникает в связи с тем, что возникает какая-то функция, которую кто-то должен выполнять. Затем возникает система подготовки этих профессионалов. Она совершенствуется и вырастает в принятую уже модель, то есть это специальное профессиональное обучение, которое имеет систематический характер и по окончании которого специалист получает сертификат или диплом, как угодно можно назвать. То есть это все уже давно пройденные этапы в любом обществе, но каждая новая профессия заново проходит этот процесс. Она должна быть включена в список профессий, как специальность такая-то. У



[Научная Жизнь]

Мансуров В. А.

*Выступление на Международном симпозиуме
«Памяти Уилбура Шрамма»*

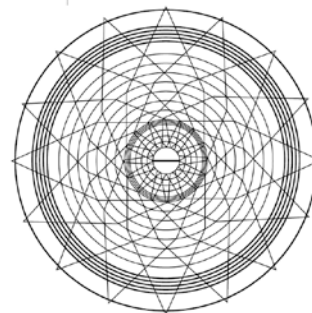
нас таких специальностей очень много, около 1,5 тысяч список, по которому готовит система высшего профессионального образования людей. Но каждый раз возникают проблемы, что у нас появляются новые профессии. И вот две таких очень важных профессии, о которых мы уже говорили в начале нашего симпозиума, это две базовые – журналисты, конечно, и исследователи. Журналисты исторически первые в этом списке коротеньком. И журналистика выступает, как практическая деятельность и как концептуальные схемы, которые описывают, что это такое, каковы цели, каково место, какова роль журналистики в системе других наук и других практических профессиональных деятельностей. Поэтому понятно, что журналисты формировали свой имидж. Они проходили профессионализацию, то есть прежде чем появились специальные школы журналистики, колледжи или департаменты журналистики в университетской системе, был пройден довольно большой путь. Но теперь все знают, что журналист – это профессия. Но ведь журналисты у нас разные. У нас на факультете журналистики готовят журналистов, которые в прессе работают – в печатных коммуникациях, которые работают в электронных формах коммуникации – радио и телевидение. Короче говоря, уже профессионализация какая-то пошла. Теперь у нас еще интернет появился. У нас блогеров кто-нибудь будет готовить, как вы думаете? Пока блогеры сами возникают, сами себя готовят, сами себя образуют, сами себя профессионализируют. Очень интересно, почему они возникают, ответить на этот вопрос. Видимо потому, что традиционные средства массовой коммуникации перестали удовлетворять часть общества. Второй очень важный момент, изменились взаимоотношения между элементами традиционной коммуникативной цепи, в которой на первом месте всегда стоял коммуникатор. Здесь уже в одном из докладов говорилось, что у кого в руках информация, у того в руках власть. Маркс, правда, говорил иначе: у кого в руках власть, у того в руках информация. Вот это марксистская такая теория, что в любом обществе власть манипулируют средствами массовой информации, потому что они зависимы от власти. А в тоталитарных обществах они полностью зависели. Демократическое общество, пример, который нам уже здесь рассказывали, США. Это другая форма взаимодействия между государством и средствами массовой информации. Там свободная пресса, то есть средства массовой информации свободны от государственного контроля. Правда, это невозможно на самом деле в современном обществе. И в Соединенных Штатах тоже есть ряд документов, которые так или иначе ограничивают деятельность средств массовой коммуникации, вносят определенные табу на их деятельность. Это, конечно, не глобальный контроль, но все же какие-то ограничения вносятся. Так, это то, что касается журналистов.

И вторая профессиональная группа, которая нас тоже интересует, и которую мы здесь в значительной мере представляем, это те, кто исследуют средства массовой коммуникации, то есть communication researcher. Это не так давно произошло, как говорится. Вот в этой книжке написано, что примерно 50 лет прошло с того момента, как официально конституировано это новое

[Научная Жизнь]

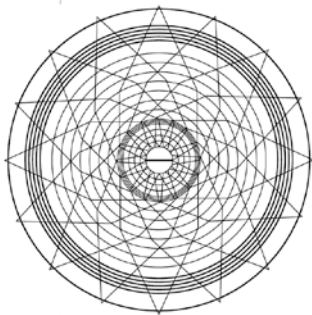
Мансуров В. А.

*Выступление на Международном симпозиуме
«Памяти Уилбура Шрамма»*



направление академической науки – изучение массовой коммуникации. Я подчеркиваю слово массовой, потому что коммуникация сама существует с тех пор, как возникло человеческое общество. Оно не может существовать без коммуникации. И в социологии, в социальной философии есть такое мнение. Социология же сложилась из социальной философии и социальной психологии каким-то образом. Базовые три понятия для социолога: communication, interrelation и interaction. Начинается все с коммуникации. Но коммуникации ведь не только в человеческом обществе существует, но существует и вне человеческого общества – в растительном и животном мире. Это же хорошо описано биологами нашими и специалистами, которые изучают природу. Много пришло к нам оттуда. И если говорить об этом громадном пути развития самой коммуникации, методов, средств коммуникации, возможностей коммуникации в человеческом обществе, то это великолепная история того, как общество развивалось только потому, что коммуникация тоже развивалась. Были этапы, когда общество замедляло свое развитие. И только изменение системы коммуникации, появление новых ее возможностей давало толчок, и общество снова начинало развиваться быстрее. Об этом достаточно.

Теперь давайте посмотрим. Вот профессионалы у нас появились или нет. Вот журналистов у нас много. У меня есть такая привычка. Я когда еду куда-либо, утром беру газету «Metro», которую всем раздают, и ее в течение своей поездки просматриваю и прочитываю. Скажите, пожалуйста, какой пост занимал Улюкаев в Правительстве? Конечно же, министр экономического развития. В сегодняшнем номере «Metro» я узнал, что он занимал пост министра финансов. Это говорит о чем? Как может профессиональный журналист в издании, которое рассчитано на громадную массовую аудиторию, москвичей едет в метро утром больше миллиона, допускать такие ляпы. Так что в отношении профессионализма здесь возникают вопросы. Я хочу сказать, что в последнее время наше российское общество я охарактеризовал бы, как общество с пониженным уровнем профессионализма практически во всех сферах, потому что мы изменили систему подготовки профессионалов. Вы посмотрите, раньше профессионал готовился целеустремленно в течение нескольких периодов подготовки – общеобразовательная подготовка, потом может быть средняя специальная, потом высшее специальное. Он все время готовился к одной профессии. А теперь болонская система высшего образования. Человек заканчивает бакалавриат с одной профессией, дальше ему интересно поступить в магистратуру. Но он выбирает магистратуру совершенно по другому направлению. А после магистратуры он может поступить в аспирантуру еще по другому направлению. И что же за специалиста мы получаем в результате такой подготовки? Это никакой не профессионал. Он каждый раз начинает с нуля. Он чуть-чуть знает одно, чуть-чуть знает другое и чуть-чуть знает третье. Он не может работать по этим направлениям толком. И мы получаем этот непрофессионализм, с которым сталкиваемся постоянно.



[Научная Жизнь]

Мансуров В. А.

Выступление на Международном симпозиуме
«Памяти Уилбура Шрамма»

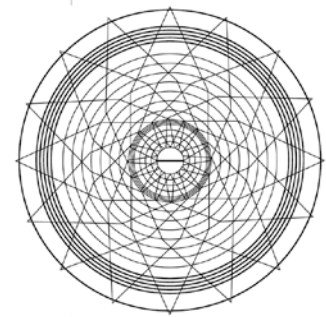
Следующий, как мне кажется, очень важный момент. Исторический ракурс все-таки здесь сегодня превалирует. Я хочу связать историю развития этого направления со своей личной жизнью, потому что я в свое время прочитал, было в переводе такое издание об американской социологии, которое наши ведущие ученые, в общем, потом комментировали то, что там было переведено. И там я вычитал вот об этом направлении, что в Америке очень эффективно развиваются исследования средств массовой коммуникации. Поскольку я в то время работал в общественной организации, был функционером комсомола, меня чрезвычайно интересовало получение различной информации и распространение этой информации, поскольку я давно понял из практики своей жизни, из своей деятельности, что, если ты можешь подобрать, систематизировать и аргументированно изложить какую-то точку зрения, то ты можешь кого-то убедить в том, что это так, а не иначе. Более того, мы были в состоянии идеологической войны с капиталистическим миром в то время. Две идеологии столкнулись. И западное радио, так сказать, буржуазная пропаганда – была каналом распространения буржуазной идеологии в нашей стране.. Вам здесь говорили о рабселькоре, а я сталкивался не только с рабселькорами, но и просто с молодыми людьми, которые работают в колхозах, на фермах, на заводах или еще где-то. И я им должен был как-то излагать, каким-то образом пропагандировать определенные точки зрения, определенную систему мировоззрения. Это требовало от меня знаний, а что там говорят, на той стороне. И я профессионально слушал западное радио, об этом я теперь спокойно могу говорить. А тогда это было, конечно, не очень поощряемо. Но ведь это же было, это был элемент противостояния этих идеологий впрямую. И когда я слышал из аудитории вопрос, я точно знал, что этот вопрос простимулирован внешней пропагандой. О чем сейчас и говорил наш уважаемый гость из Института США и Канады. Оттуда это пришло. И у меня все время возникала мысль, почему они так хорошо знают, что интересует нашу аудиторию, наше население? Почему они так эффективны в работе с молодежью? Что вообще привлекает молодежь к этим источникам информации. Поэтому мне нужно было изучить все это дело. И взял я себе тему, конечно, с подачи моего будущего научного руководителя Галины Михайловны Андреевой, которая в то время работала на философском факультете МГУ. Она сказала, что если вы знаете английский язык, то я бы вам посоветовала изучить опыт исследований, который довольно новый. И поэтому тема моей кандидатской диссертации была как раз «Проблемы и методы исследования средств массовой коммуникации в Соединенных Штатах Америки».

Итак, все те фамилии и имена, о которых здесь говорили, включая Бернарда Берельсона, все это для меня абсолютно знакомо. Я прочитал все их работы, которые в то время были открыты в наших библиотеках. Это, конечно, Ленинка, библиотека иностранной литературы, ИНИОН, библиотека имени Горького. Не все их работы были тогда в открытом доступе. Значительная часть их работ была, в, так называемом, спецхране за шестигранником. А у меня допуска еще

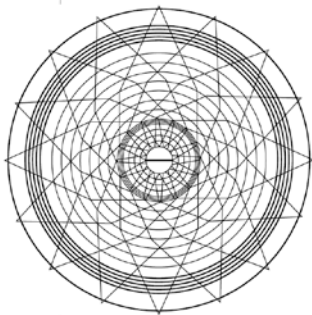
[Научная Жизнь]

Мансуров В. А.

*Выступление на Международном симпозиуме
«Памяти Уилбура Шрамма»*



не было. Так что я не все тогда прочитал. А остальную часть я уже прочитал, когда был в аспирантуре и когда этот допуск уже получил. И, конечно, сразу что бросилось мне в глаза. А кто им платит? Почему они имеют возможности такие? Почему у нас нет системы такой, которая бы работала эффективно, исследовательской системы? У нас не было даже секторов в академических институтах, которые занимались бы исследованиями эффективности средств массовой коммуникации. Единственный сегмент, в котором проблемы эффективности пропаганды и агитации присутствовал – вечерние университеты марксизма-ленинизма, где готовили пропагандистов из профессионалов, которые профессионально занимаются другими видами деятельности. И, вот, попав после окончания аспирантуры спустя 3 года в институт социологии, он тогда назывался иначе, я уже не помню, у нас много менялось этих названий, я как раз попал на ту проблему, которая меня интересовала. В лаборатории социальной активности молодежи была поставлена задача, и поступил заказ на исследования эффективности буржуазной пропаганды на различные группы советской молодежи. Конечно, это было закрытое исследование. Но сейчас мы можем об этом говорить открыто. И вот тогда мы изучали все эти теоретические концепции Уилбура Шрамма, результаты социально-психологических и психологических экспериментов группы Карла Ховленда, выводы, к которым они пришли. Ведь оттуда все это пошло. Надо учитывать аудиторию! Если аудитория плохо подготовлена, плохо информирована, то там надо излагать только одну точку зрения. Вдалбливать что-то, не обращая внимания на то, что существуют другие подходы. Но если аудитория достаточно информирована, это не пройдет, ведь они все это изучили. Тогда надо излагать обе стороны, и противоположную точку зрения тоже нужно излагать. То, что пытаются делать на нашем центральном телевидении во всех этих ток-шоу. Но там это делают настолько в лоб. Почему в лоб? Потому что с нашей стороны, я говорю, имея в виду, что есть какая-то своя точка зрения, выступают уважаемые эксперты, такие спокойные и уверенные в себе люди, академики, директора академических институтов. А с той стороны выступают какие-то неизвестные кандидаты политических наук с Украины, политологи, которые выглядят очень неприглядно, как-то очень блекло. Они толком ничего не могут сказать, а то, что говорят, это выглядит смешно. Вот читали ли постановщики этих ток-шоу Уилбура Шрамма и Карла Ховленда, я сомневаюсь. Я вот и говорю, что необходимо знать историю развития своей деятельности, во-первых. Во-вторых, исследователям нужно знать историю развития исследований, как и что нужно делать. У меня есть и свой опыт контакта с нашим телевидением, когда приглашают поговорить о профессионалах, о профессиях, об интеллигенции. Первый вопрос, который я всегда задаю. Сначала там кофе наливают и гримируют. И одновременно мы договариваемся, что и как пойдет. Я всегда спрашиваю: а на кого рассчитана эта передача? Какова ваша целевая аудитория? А они не понимают, что такое целевая аудитория. Как это возможно? Это же жуткий непрофессионализм. Или они говорят, что это рассчитано на



[Научная Жизнь]

Мансуров В. А.

*Выступление на Международном симпозиуме
«Памяти Уилбура Шрамма»*

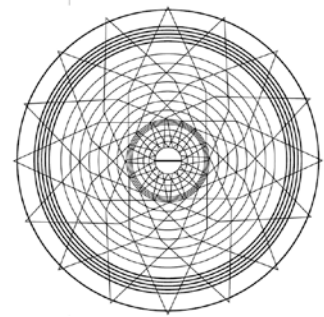
учащуюся молодежь. Я тогда говорю: а когда пойдет эта передача? Она пойдет с 10 до 11 утра. Ну, так они же все будут учиться. То есть никакой профессиональной подготовки. Я хочу сказать, что, не зная всей этой истории, не зная, откуда что появилось, мы не знаем и то, как это использовать. Вот наш китайский коллега показал, как там в Китае воспринимают все наработки Уилбура Шрамма. Мы можем сказать, что у нас в стране все же были сегменты, где правильно относились к этой информации. У нас, например, был журфак МГУ, представители которого здесь уже выступали. У них были хорошие контакты. И я еще в аспирантуре читал вот такую толстую книжку Ножина, где прекрасно излагался американский опыт. У меня до сих пор она стоит в личной библиотеке. Я читал уже Юрия Александровича Шерковина, который все эти социально-психологические штучки и все эти выводы тоже уже нам преподнес в открытом виде и на русском читаемом языке. То есть уже были такие наработки, партия не дремала, потому что это была идеологическая борьба. Шерковин работал в Институте общественных наук при ЦК КПСС. В академии общественных наук при ЦК КПСС была лаборатория социологических исследований, где занимались исследованием эффективности партийной пропаганды для взрослого населения. В ЦК комсомола занимались изучением эффективности комсомольской сети политпросвещения. То есть масса проблем возникала. У нас до сих пор осталась вот такая проблема. Мы иногда, преклоняясь перед возможностями и молясь, так скажем, на наши новые медийные средства, и, ожидая, что появится что-то новое, цифровое еще более мощное, мы забываем о том, что человек остается человеком. И первая сигнальная система, и interpersonal relations, часто могут просто забаррикадировать информацию, которая поступает из этих высокотехнологизированных систем. Ведь тогда Уилбур Шрамм, Ховленд и вся эта компания, Лазерсфельд прежде всего, писали, что есть барьеры. Сам процесс восприятия был хорошо изучен в нашей русской психологии, кстати говоря, как личность воспринимает информацию. Но эти барьеры существовали, и существовали технически, и географически. То есть пространство, покрываемое радио или видеосигналом, было ограничено технически. Но сейчас этих ограничений нет. То есть вот эти внешние барьеры устраняются при помощи технологического развития. Что остается тогда на защите человека от того, чтобы им не манипулировали? Только внутренние барьеры. Это система его установок, стереотипов и мировоззрение. Так вот, кто формирует эту систему, а ее формирует семья, то есть институты социализации: семья, система образования, и затем уже личный опыт и, конечно же, СМИ. И вот если в борьбе за СМИ удержится, так сказать, семейное воспитание, тогда можно сказать, что этот человек защищен, им не будут манипулировать.

И последнее о чем я хочу сказать. С моей точки зрения средства массовой коммуникации не могут называться средствами массовой коммуникации до сих пор, потому что это была не коммуникация, это была, правильно в Китае написали, dissemination. Это была система распространения. Это был

[Научная Жизнь]

Мансуров В. А.

Выступление на Международном симпозиуме
«Памяти Уилбура Шрамма»



односторонний поток. Это было информирование, где манипулятор делал то, что он считает нужным. Он ставит цели, задачи, и он их решает. И он профессионально к этому подготовлен. А кто ему противостоит на той стороне? Это аудитория, которая очень разнообразна и по уровню образования, и по умению работать с информацией, и по возрасту, и так далее. И проблема очень серьезная. Это ведь и для нас проблема, для социологов, когда мы проводим массовые опросы. Главная для нас проблема какая? Мы должны ориентироваться на пароход, который идет с самой маленькой скоростью. Мы должны ориентироваться на тот уровень, на ту границу, которая позволяет понять формулировки вопросов так, как нам это надо. Потому что с высокообразованным человеком можно беседовать на другом языке. Но здесь, когда мы говорим «массовая аудитория», там может быть кто угодно. И если мы не знаем четко, что является нашей целевой аудиторией, мы же на всех выходим с этой информацией. И эффективность информации, таким образом, понижается. Часть людей либо просто не интересуется то, о чем мы говорим, либо они уже это давно знают и им это не надо, и они раздражаются и говорят, а на что тратятся деньги. Мы это и так все знаем, а нам втюхивают какое-то старье, это не информация, это шум, и нам это не нужно. Высокообразованная часть населения уже ушла или уходит от средств массовой коммуникации традиционных, потому что развивается интернет. А вот интернет это особая песня. Благодаря появлению интернета мы можем называть его именно средством массовой коммуникации, потому что там может каждый из статуса аудитории перейти в статус коммуникатора. У него есть такие возможности. Таким образом, мы возвращаемся к первой сигнальной системе межперсонального общения. Но теперь мы возвращаемся на другом технологическом уровне. В нашем распоряжении все те же средства, которые были раньше только в распоряжении коммуникаторов. Вот это очень серьезная штука, и это требует особого исследования. К сожалению, в институте социологии РАН нет соответствующего подразделения, которое бы занималось изучением средств массовой коммуникации. Где-то оно должно быть. В свое время в Советском Союзе существовала громадная лаборатория «Редакция планирования программ». Там 120 человек сидело. Из них значительная часть были социологи. Они исследовали телеаудиторию и возможные реакции телеаудитории на подготовляемые сообщения. Где это все теперь? Теперь это ушло в рейтинг. Ну, рейтинг конечно гораздо проще исследовать. Есть системы механические, технические. Сейчас уже не обязательно обзванивать людей, хотя это продолжают делать. И на меня постоянно выходят: смотрите ли вы телевизор, сколько у вас телевизоров? Кто еще смотрит телевизор? Что именно вы смотрите? Спасибо.