

Казахский национальный университет имени аль-Фараби  
Факультет философии и политологии

# Теории медиа

Магистрантка 2-го курса  
Религиоведение, р.о.  
Алибаева Алина  
Научный руководитель: Утебаева Д.С.

Алматы 2024 г.





Термин "**медиа**" имеет длительную историю, связанную с развитием коммуникации и технологий передачи информации. Его эволюция отражает изменения в способах взаимодействия людей и общества с информацией.

1. Ранние этапы (древний и средневековый периоды)

2. Индустриальная революция и новый смысл (XVIII–XIX века)

3. Формирование термина в массовой коммуникации (XX век)

4. Дигитализация и современное понимание (конец XX – XXI век)

5. Современные концепции медиа

**Классификация понятий в медиа представляет собой систематизацию ключевых терминов и концепций, используемых для анализа медиафеноменов, их функционирования и влияния. Она необходима для структурированного понимания сложной и многослойной природы медиа и их роли в обществе.**

### **1. Упрощение и систематизация знаний**

- Упрощение сложных процессов:**

**Медиа включают в себя множество взаимосвязанных элементов: технологии, контент, аудиторию, платформы и процессы коммуникации. Классификация позволяет структурировать эти аспекты и упростить их анализ.**

- Систематизация теоретической базы:**

**В медиаисследованиях используется широкий спектр теорий (например, теории массовой коммуникации, цифровых медиа, культурных исследований). Классификация помогает упорядочить эти подходы, выделяя ключевые категории и понятия.**



## **2. Анализ и исследование медиафеноменов**

- **Выявление закономерностей:**
- **Классификация позволяет изучать повторяющиеся структуры и процессы в медиа. Например, разделение на традиционные (газеты, радио, телевидение) и новые медиа (интернет, социальные сети) помогает понять различия в способах воздействия на аудиторию.**

## **3. Практическое применение**

- **Классификация помогает медиакомпаниям выбирать подходящие платформы, форматы контента и методы взаимодействия с аудиторией. Например, разделение на "горячие" и "холодные" медиа по Маклюэну позволяет выбирать формы подачи информации.**
- **Регулирование и управление медиа:**

**Для эффективного регулирования необходимо чётко понимать, какие типы медиа существуют (например, государственные, частные, альтернативные) и как они влияют на общество.**

- Образование и подготовка специалистов:**
- Чётко структурированные классификации помогают студентам и исследователям освоить основы медиаанализа и развивать критическое мышление.**

#### **4. Влияние на аудиторию и общество**

- Классификация позволяет лучше понять, как различные медиаформы воздействуют на общество. Например, деление на "традиционные" и "цифровые" медиа помогает изучать их воздействие на информационное поведение людей.**
- Осознание классификаций помогает аудитории различать типы медиа и критически воспринимать информацию, избегая манипуляций.**

## Примеры ключевых классификаций в медиа

- По способу передачи информации:
- Традиционные медиа (печать, радио, телевидение).
- Новые медиа (интернет, социальные сети, стриминг).

По взаимодействию с аудиторией:

- Односторонние (радио, телевидение).
- Интерактивные (социальные сети, блоги).
- По степени вовлечения аудитории:
- "Горячие" медиа (кино, радио).
- "Холодные" медиа (телевизор, интернет).

По функциям:

- Информационные.
- Развлекательные.
- Социальные.
- Политические.

По формату:

- Текстовые (газеты, журналы).
- Аудиовизуальные (телевидение, кино).
- Цифровые (мобильные приложения, сайты).



**Взаимодействие религии и медиа является одной из ключевых тем на стыке религиоведения, медиаисследований и социологии. Эти исследования анализируют, как медиа влияют на представление и восприятие религии, а также как религия адаптируется к изменяющемуся медийному ландшафту.**

### **1. Историко-социологический подход**

- **Макс Вебер в своих работах анализировал роль печатного слова, например, протестантских трактатов, в эпоху Реформации.**
- **С развитием радио и телевидения ученые обратили внимание на роль этих технологий в создании массовых религиозных движений.**
- 

### **2. Теория медиаэффектов**

- **Теория культивации (Джордж Гербнер) объясняет, как медиа создают искажённые образы религии через частое повторение определённых нарративов.**
- **Исследования фрейминга показывают, как СМИ формируют восприятие религиозных тем через подачу информации.**

### **3. Культурологический подход**

- **Стюарт Холл и представители Бирмингемской школы исследовали медиа как поле культурной борьбы, включая взаимодействие религиозных и светских нарративов.**
- **Теория медийной культуры рассматривает, как религиозные символы и образы интегрируются в поп-культуру (например, использование религиозной символики в фильмах или музыке).**

#### **4. Технологический детерминизм:**

- **Представители этого направления (например, Маршалл Маклюэн) утверждают, что медиа как технологии сами по себе формируют религиозный опыт.**
  - **Визуальные медиа (кино, телевидение) усилили эмоциональный аспект религии, сделав её "зрелищем".**
  - **Социальные сети изменили способы взаимодействия верующих, создав условия для "виртуальной религиозности".**

#### **5. Исследования цифровой религии**

- **С появлением интернета и социальных сетей исследователи начали изучать новые формы религиозного опыта в цифровой среде:**
  - **Хайди Кэмпбелл выделяет феномен "сетевой религии", где создаются виртуальные сообщества верующих.**
  - **Исследования онлайн-церквей и виртуальных ритуалов демонстрируют, как технологии трансформируют традиционные религиозные практики.**

#### **6. Политико-экономический подход**

- **Коммерциализация религиозного контента в медиа приводит к изменению его содержания, подчинению законам рынка.**
- **Политическое использование медиа для продвижения религиозных идеологий усиливает роль религии в общественной жизни.**
-

# Ключевые идеи Маршалла Маклюэна в работе «Понимание медиа: внешние расширения человека»

## 1. Концепция "среда есть сообщение" ×

**Главная мысль Маклюэна: не содержание медиа, а сама форма коммуникации оказывает более значительное влияние на общество.**

**Он утверждал, что каждый новый тип медиа (например, телевидение, радио или интернет) меняет структуру человеческого мышления, поведения и восприятия реальности.**

**Пример:**

**Появление письменности изменило когнитивные процессы, сделав их более аналитическими, в то время как телевидение способствует более эмоциональному восприятию.**

## 2. Медиа как "расширения человека" ×

- Маклюэн рассматривал медиа как продолжение человеческих органов, чувств и способностей:
  - Телефон — расширение слуха.
  - Телевидение — расширение зрения.
  - Интернет — расширение когнитивных способностей.
- Последствия:
  - Эти "расширения" усиливают возможности человека, но одновременно изменяют способы взаимодействия с миром. Например, цифровые медиа сократили физическую дистанцию, но привели к зависимости от виртуального пространства.

## 3. Горячие и холодные медиа

- **Горячие медиа:** насыщены деталями, требуют минимального участия аудитории (радио, кино, печать).
- **Холодные медиа:** предоставляют меньше информации и требуют активного вовлечения (телевидение, телефон, комиксы).

Значение:

Разделение помогает понять, как разные медиа воздействуют на аудиторию. Например, кино активно вовлекает зрителя, используя визуальные и звуковые эффекты, тогда как телевидение требует большего интеллектуального участия для понимания контекста.

## 4. Этапы человеческой коммуникации

Маклюэн делит историю коммуникации на три этапа:

- **Эра устной речи:**

Общество основывалось на слуховом восприятии, что способствовало эмоциональной и коллективной жизни.

- **Эра письменности:**

Изобретение алфавита способствовало рациональному мышлению и индивидуализму.

- **Эра электронных медиа:**

Возвращение к коллективному восприятию через радио, телевидение и интернет, но в глобальном масштабе.



Работа остаётся основополагающей для анализа взаимодействия медиа и общества. Её ключевые идеи, включая концепции "глобальной деревни", "расширений человека" и "среда есть сообщение", помогают глубже понять, как медиа влияют на культуру, коммуникацию и человеческое сознание в условиях непрерывного технологического прогресса.

## 5. Глобальная деревня

- Электронные медиа, особенно телевидение и интернет, стирают границы между культурами, превращая мир в **"глобальную деревню"**.
- Люди становятся участниками глобальных событий в режиме реального времени, что меняет восприятие времени и пространства.
- **Проблемы:**
  - Усиление конфликта между локальными и глобальными ценностями.
  - Потеря индивидуальности в условиях массовой культуры.

## 6. Мифологизация технологий

Маклюэн предупреждает, что технологии медиа воспринимаются обществом как нейтральные инструменты, тогда как они активно изменяют повседневную жизнь, мышление и социальные структуры.

### Пример:

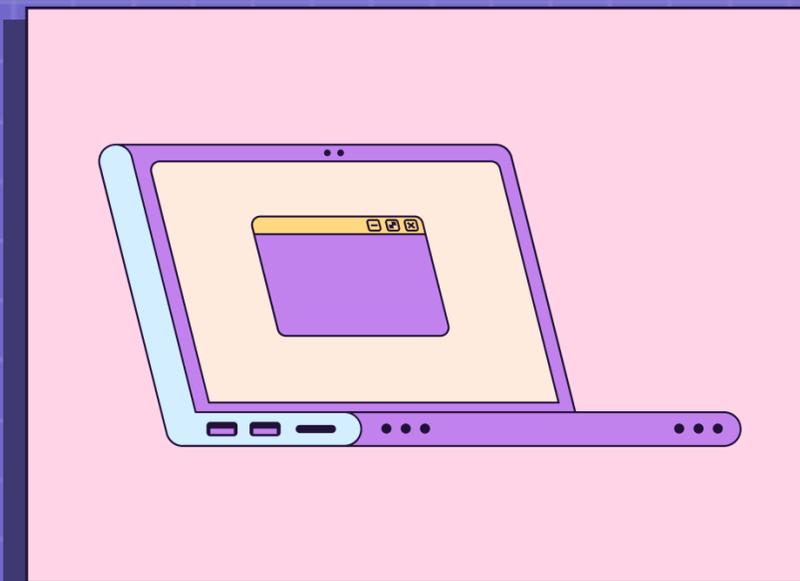
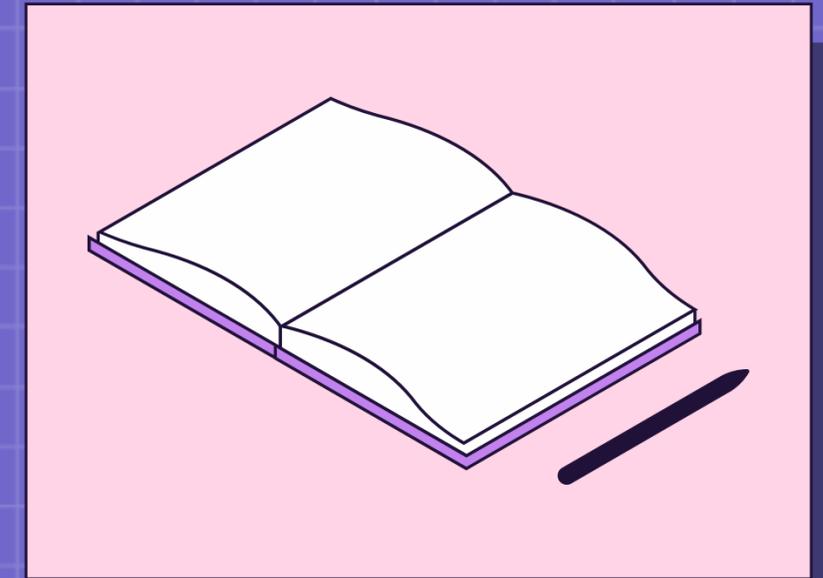
Телевидение и интернет не просто передают информацию, но формируют новые культурные нормы, манипулируют вниманием и влиянием на массовое сознание.

## 7. Медиа как причина социальных изменений

- **Технологический детерминизм:**
- Маклюэн утверждал, что каждая новая медиа-технология становится движущей силой социальных изменений.
  - Печатный станок вызвал протестантскую Реформацию.
  - Телевидение и радио повлияли на развитие массовой культуры и политической пропаганды.

# Влияние медиатизации на изменения в религиозных процессах по Стигу Хьярварду

Стиг Хьярвард, известный исследователь в области медиа и религии, разработал теорию медиатизации религии, которая объясняет, как медиа становятся центральным элементом трансформации религиозных процессов. В своей работе он анализирует, как медиатизация изменяет традиционные религиозные структуры, практики и восприятие веры.



## 1. Понятие медиатизации религии

- **Медиатизация** — процесс, при котором медиа не только распространяют информацию, но и начинают структурировать и формировать религиозные практики и культуру.

Хьярвард подчеркивает, что религия всё больше переходит в медиaprостранство, где адаптируется к логике медиа — их формату, аудитории и коммерческим требованиям.

## Медиа как посредник (media as conduit)

- Медиа служат каналом для передачи религиозных идей и сообщений, заменяя традиционные религиозные институты как единственный источник информации.
  - Религиозные лидеры становятся медийными фигурами (например, телепроповедники).
  - Возникают новые формы распространения веры, такие как стриминг богослужений или религиозные мобильные приложения.

## Медиа как среда (media as environment)

- Медиа создают уникальное пространство, где религиозные идеи конкурируют с другими культурными и коммерческими нарративами.
  - Религиозные темы интегрируются в поп-культуру (фильмы, музыка).

Происходит секуляризация религиозного содержания, чтобы сделать его более привлекательным для массовой аудитории.

- Медиа как агент (media as agent)
- Медиа начинают самостоятельно влиять на содержание и формы религиозной жизни, следуя собственной логике.

Религиозные ритуалы и праздники становятся "медийными событиями" (например, трансляция богослужений на Рождество).

- Медиа создают новые "виртуальные святыни" — форумы, социальные сети, онлайн-сообщества.

## Основные идеи С. Гувера о медиации в религии

Стюарт Гувер, известный исследователь в области медиа, религии и культуры, внес значительный вклад в изучение того, как медиасреда влияет на религиозные практики, восприятие и идентичность. Его работы актуальны для современных религиоведческих исследований, поскольку они предлагают междисциплинарный подход, соединяющий медиа-исследования, культурологию и социологию религии.

### Медиа как посредник (mediation)

Гувер утверждает, что медиа не только передают религиозные сообщения, но и преобразуют их. Медиация в этом контексте означает процесс интерпретации и реконструкции религиозных идей через массовую культуру и технологии. Например, телевизионные передачи, фильмы или интернет могут формировать восприятие религии у широкой аудитории, не обязательно вовлечённой в традиционные религиозные институты.

### Домашняя религиозность (domestic religion)

Одним из ключевых вкладов Гувера является изучение роли медиа в создании религиозного пространства в повседневной жизни. Он показывает, как люди используют медиа для создания и поддержания своих религиозных практик, особенно в домашней обстановке.

Переосмысление сакрального

# Основные идеи С. Гувера о медиации в религии



- **Переосмысление сакрального**

Гувер исследует, как медиа меняют восприятие сакрального. В его работах анализируется, как религиозные образы и символы выходят за пределы храмов и церковных служб, становясь частью публичного дискурса, массовой культуры и даже политических процессов.

- **Глобализация и медиа-религия**

В условиях глобализации медиа стали важным каналом для распространения и взаимовлияния религиозных идей. Гувер изучает, как транснациональные медиа платформы создают новые формы религиозной идентичности, объединяя людей из разных культур и вероисповеданий.

Исследования С. Гувера подчёркивают важность понимания медиа как пространства, в котором религия адаптируется к современному миру. Его работы вдохновляют на дальнейшие исследования в области цифровой религиозности, межкультурного взаимодействия и влияния технологий на духовные практики.

# Заключение

Термин "**медиа**" прошёл долгий путь от обозначения посредников в общении до сложной системы цифровых и социальных технологий. Современное значение термина включает как технологические, так и социальные аспекты, что делает его ключевым понятием для анализа современной коммуникации. Теоретические исследования взаимодействия религии и медиа демонстрируют многоаспектность этой темы, раскрывая её социальные, культурные, технологические и политические аспекты. Каждый подход вносит вклад в понимание того, как медиа изменяют формы и содержание религии, и наоборот, как религия использует медиа для адаптации к современному миру. Однако для полной картины важно интегрировать разные подходы, учитывая их сильные и слабые стороны.

