**Эволюция современных медиа (по книге М. Маклюэна «Понимание медиа»)**

В заключение краткого обзора идей Маклюэна необходимо сформулировать те позиции его концепции, которые соотносятся с постулатами постиндустриализма. Можно сделать вывод, что Маклюэн в истории цивилизации выделял три основные этапа:

     – первобытная дописьменная культура с устными формами связи и передачи информации;

     – письменно – печатная культура («галактика Гутенберга»), заменившая естественность и коллективизм – индивидуализмом;

     – современный этап («глобальная деревня») возрождающий естественное слуховизуальное многомерное восприятие мира и коллективность, но на новой электронной основе через замещение письменно-печатных языков общения радиотелевизионными и сетевыми средствами массовых коммуникаций.

**2 глава**

**2.1 Эволюция современных медиа и роль Г.М. Маклюэна в ней**

     «Cовременный человек живет не в разделенных изолированных мирах, а в плюрализме миров и культур – открытие электромагнитных волн вновь создало «поле одновременности» во всей человеческой деятельности, человеческая семья существует теперь в условиях глобальной деревни.»    
 «Мы живем в едином ограниченном пространстве, где слышны звуки племенных барабанов.» – Marshall McLuhan.

     Согласно  концепции Маклюэна развитие общества в первую очередь определяется развитием средств коммуникации. Но основное воздействие средство коммуникации осуществляет не передаваемым смысловым содержанием, а принципами организации коммуникации, media-is-the-message. От истока массовых коммуникаций различные медиа обеспечивают нужды экономических и политических институтов. В свете теории массового общества официальные медиа предстают как информационные системы, зависимые от главных атрибутов этого общества – консьюмеризма и конформизма, но вместе с тем и поддерживающие их благодаря своим возможностям манипулирования сознанием и психологией широкой аудитории. Официальные медиа, представляют вертикаль массовой коммуникации, в отличие от них новые медиа связывают каждого с каждым, поэтому их применение создает предпосылки для формирования гражданского общества.

     Кризис  культуры традиционных медиа в России (и мире) наблюдается уже сегодня: в конце прошлого года генеральный директор первого канала Константин Эрнст объявил о потере 15–25 % аудитории. Закономерность прослеживается, если представить технологические расширения наших тел – медиа, как органы чувств (да, эту модель полвека назад предлагал Маклюэн. Эволюция и иерархия органов чувств у животных обусловлена критериями функциональности (информативности) этих органов в среде обитания. От объема и достоверности информации, которая поступает в мозг посредством рецепторов, зависит способность к выживанию, а еще внутривидовая и межвидовая конкурентоспособность).

     Итак, в рамках апрельского онлайн-опроса ROMIR Monitoring респондентам (1512 российских интернет-пользователей старше 18 лет) был задан вопрос о том, насколько среди них востребованы те или иные медиа. Выяснилось, что только 16 % российских пользователей не могут отказаться от телевизора. Чем старше респондент, тем большее значение для него имеет телевидение – среди молодых людей не откажутся от телевидения только 10 %, а среди респондентов старше 45 лет – 36 %. Более привязаны к телевизору обладатели среднего образования (21 %) и низкого уровня доходов (22 %). Каждый пятый пользователь сети (20 %) готов отказаться от телевидения навсегда (23 % среди мужчин, 15 % среди женщин). Данные графики наглядно иллюстрируют процесс эволюции медиа в России.

     Новые медиа открывают новые горизонты: коммуникации и следовательно инноваций, кооперации и следовательно эволюции; при этом появляются новые возможности контроля и манипуляций.  Когда организации занимаются производством и дистрибуцией товаров, как правило, предполагается, что делают они это с целью извлечения выгоды для владельцев. Медиа-корпорации никогда не были исключением, хотя они производили нечто менее материальное, чем обычные товары. Медиа производят социо-культурные формы – стереотипы, характеры, модели поведения, метафоры, способы рассказывать истории. Под социо-культурными формами подразумеваются способы внутренней организации медийной продукции; язык и значения, вложенные определенным образом в культурный код. Во многих случаях, особенно когда это оказывается новым производством, новые медиа просто заимствуют социо-культурные формы из более старых технологий. Ранние фильмы похожи на театральные постановки, раннее телевидение во многом копировало последовательности и способ подачи радио-передач и т. д. Социо-культурные формы – это суть того, как медиа создают смысл.

     Об  этом тоже писал Маршал Маклюэн: «Истинно тотальная война – это война посредством информации. Ее незаметно ведут электронные средства коммуникации – это постоянная и жестокая война, в ней участвуют буквально все. Войнам в прежнем смысле слова мы отводим место на задворках вселенной».

**Заключение**

     Некоторые концепции Герберта Маршалла Маклюэна превратились в аксиомы современной цивилизации, а целый ряд положений продолжает разрабатывать современная маклюэнистика. С появлением средств коммуникации баланс, присущий племенам первобытным, нарушается. Вся история человечества – это смена ведущих средств коммуникации и, соответственно, изменения одного типа восприятия, которое получает преимущественное развитие. В этом же причина трансформации человечества. XX век ознаменован постепенным восстановлением сенсориума, то есть системы чувств, главным образом благодаря телевидению, дающему человечеству некогда утерянное чувство племенной целостности.

     Линейная  теория социальной эволюции между ведущим  способом коммуникации – печатью  и накладываемым им на человеческую психику моделью развития существует прямая зависимость. Это означает, что  линейность печатной строки соответствует  способу мировосприятия и созидательной  деятельности. Следовательно, изменение  ведущего способа коммуникации влияет на психический облик личности и  вносит существенные изменения в  структуру общества. Модель коммуникации определяет не только сенсорную, но и  социальную организацию.

     Средства  коммуникации являются технологическими продолжениями центральной нервной  системы и диктуют законы развития человеческого восприятия.

     Средства  коммуникации определяют структуру  знания, регулируют принципы восприятия пространства и времени, навязывая  их как отдельной личности, так  и обществу в целом.

     Человечество  в своей истории все время  занято созданием новых типов  порождения коммуникативных объектов. При этом они проходят один и тот  же путь: сначала ими пользуется узкая группа лиц, затем этот механизм получает широкое распространение.

     Все это говорит о сильной самодостаточности  коммуникативных объектов, которые  он только могут существовать самостоятельно, но и вступать в собственные взаимосвязи, не предусмотренные их создателями. Можно говорить, что строительство  «воздушных замков» может предшествовать, сопровождать, заменять строительство  реальных замков.

     В целом  следует признать, что разные типы наук направлены на разные объекты  в самом процессе коммуникации. Условно  можно подчеркнуть, что теория литературы делает акцент на коммуникаторе «авторе», прикладные коммуникации больше ориентированы  на потребителя информации, теория коммуникации призвана объединить эти  акценты в единое целое.

     Делая вывод ко всему вышесказанному, можно  сказать, что Герберт Маршалл  Маклюэн был истинным гением своего времени, «человеком будущего».

     Даже  Канадский премьер-министр как-то в разговоре заметил, что Маклюэн обладает интуицией гения. Его афоризмы и высказывания поражают всех своей остротой и точностью, некоторые его фразы уже стали крылатыми.

**Список  используемой литературы**

1. Маршалл Маклюэн Галактика Гуттенберга «Сотворение человека печатной культуры» 1962 год;
2. Маршалл Маклюэн Галактика Гуттенберга «Становление человека печатующего» 1962 год;
3. Маршалл Маклюэн «Медиум – это Послание» 1967 год;
4. Маршалл Маклюэн «Понимая медиа: продолжения человека» 1964 год;
5. Маршалл Маклюэн «Война и мир в глобальной деревне» 1968 год;
6. Маршалл Маклюэн «Понимая медиа: внешнее расширение человека» переработанное и дополненное 2003 год;

 В заключение краткого обзора идей Маклюэна необходимо сформулировать те позиции его концепции, которые соотносятся с постулатами постиндустриализма. Можно сделать вывод, что Маклюэн в истории цивилизации выделял три основные этапа:

     – первобытная дописьменная культура с устными формами связи и передачи информации;

     – письменно – печатная культура («галактика Гутенберга»), заменившая естественность и коллективизм – индивидуализмом;

     – современный этап («глобальная деревня») возрождающий естественное слуховизуальное многомерное восприятие мира и коллективность, но на новой электронной основе через замещение письменно-печатных языков общения радиотелевизионными и сетевыми средствами массовых коммуникаций.

**2 глава**

**2.1 Эволюция современных медиа и роль Г.М. Маклюэна в ней**

     «Cовременный человек живет не в разделенных изолированных мирах, а в плюрализме миров и культур – открытие электромагнитных волн вновь создало «поле одновременности» во всей человеческой деятельности, человеческая семья существует теперь в условиях глобальной деревни.»    
«Мы живем в едином ограниченном пространстве, где слышны звуки племенных барабанов.» – Marshall McLuhan.

     Согласно  концепции Маклюэна развитие общества в первую очередь определяется развитием средств коммуникации. Но основное воздействие средство коммуникации осуществляет не передаваемым смысловым содержанием, а принципами организации коммуникации, media-is-the-message. От истока массовых коммуникаций различные медиа обеспечивают нужды экономических и политических институтов. В свете теории массового общества официальные медиа предстают как информационные системы, зависимые от главных атрибутов этого общества – консьюмеризма и конформизма, но вместе с тем и поддерживающие их благодаря своим возможностям манипулирования сознанием и психологией широкой аудитории. Официальные медиа, представляют вертикаль массовой коммуникации, в отличие от них новые медиа связывают каждого с каждым, поэтому их применение создает предпосылки для формирования гражданского общества.

     Кризис  культуры традиционных медиа в России (и мире) наблюдается уже сегодня: в конце прошлого года генеральный директор первого канала Константин Эрнст объявил о потере 15–25 % аудитории. Закономерность прослеживается, если представить технологические расширения наших тел – медиа, как органы чувств (да, эту модель полвека назад предлагал Маклюэн. Эволюция и иерархия органов чувств у животных обусловлена критериями функциональности (информативности) этих органов в среде обитания. От объема и достоверности информации, которая поступает в мозг посредством рецепторов, зависит способность к выживанию, а еще внутривидовая и межвидовая конкурентоспособность).

     Итак, в рамках апрельского онлайн-опроса ROMIR Monitoring респондентам (1512 российских интернет-пользователей старше 18 лет) был задан вопрос о том, насколько среди них востребованы те или иные медиа. Выяснилось, что только 16 % российских пользователей не могут отказаться от телевизора. Чем старше респондент, тем большее значение для него имеет телевидение – среди молодых людей не откажутся от телевидения только 10 %, а среди респондентов старше 45 лет – 36 %. Более привязаны к телевизору обладатели среднего образования (21 %) и низкого уровня доходов (22 %). Каждый пятый пользователь сети (20 %) готов отказаться от телевидения навсегда (23 % среди мужчин, 15 % среди женщин). Данные графики наглядно иллюстрируют процесс эволюции медиа в России.

     Новые медиа открывают новые горизонты: коммуникации и следовательно инноваций, кооперации и следовательно эволюции; при этом появляются новые возможности контроля и манипуляций.  Когда организации занимаются производством и дистрибуцией товаров, как правило, предполагается, что делают они это с целью извлечения выгоды для владельцев. Медиа-корпорации никогда не были исключением, хотя они производили нечто менее материальное, чем обычные товары. Медиа производят социо-культурные формы – стереотипы, характеры, модели поведения, метафоры, способы рассказывать истории. Под социо-культурными формами подразумеваются способы внутренней организации медийной продукции; язык и значения, вложенные определенным образом в культурный код. Во многих случаях, особенно когда это оказывается новым производством, новые медиа просто заимствуют социо-культурные формы из более старых технологий. Ранние фильмы похожи на театральные постановки, раннее телевидение во многом копировало последовательности и способ подачи радио-передач и т. д. Социо-культурные формы – это суть того, как медиа создают смысл.

     Об  этом тоже писал Маршал Маклюэн: «Истинно тотальная война – это война посредством информации. Ее незаметно ведут электронные средства коммуникации – это постоянная и жестокая война, в ней участвуют буквально все. Войнам в прежнем смысле слова мы отводим место на задворках вселенной».

**Заключение**

     Некоторые концепции Герберта Маршалла Маклюэна превратились в аксиомы современной цивилизации, а целый ряд положений продолжает разрабатывать современная маклюэнистика. С появлением средств коммуникации баланс, присущий племенам первобытным, нарушается. Вся история человечества – это смена ведущих средств коммуникации и, соответственно, изменения одного типа восприятия, которое получает преимущественное развитие. В этом же причина трансформации человечества. XX век ознаменован постепенным восстановлением сенсориума, то есть системы чувств, главным образом благодаря телевидению, дающему человечеству некогда утерянное чувство племенной целостности.

     Линейная  теория социальной эволюции между ведущим  способом коммуникации – печатью  и накладываемым им на человеческую психику моделью развития существует прямая зависимость. Это означает, что  линейность печатной строки соответствует  способу мировосприятия и созидательной  деятельности. Следовательно, изменение  ведущего способа коммуникации влияет на психический облик личности и  вносит существенные изменения в  структуру общества. Модель коммуникации определяет не только сенсорную, но и  социальную организацию.

     Средства  коммуникации являются технологическими продолжениями центральной нервной  системы и диктуют законы развития человеческого восприятия.

     Средства  коммуникации определяют структуру  знания, регулируют принципы восприятия пространства и времени, навязывая  их как отдельной личности, так  и обществу в целом.

     Человечество  в своей истории все время  занято созданием новых типов  порождения коммуникативных объектов. При этом они проходят один и тот  же путь: сначала ими пользуется узкая группа лиц, затем этот механизм получает широкое распространение.

     Все это говорит о сильной самодостаточности  коммуникативных объектов, которые  он только могут существовать самостоятельно, но и вступать в собственные взаимосвязи, не предусмотренные их создателями. Можно говорить, что строительство  «воздушных замков» может предшествовать, сопровождать, заменять строительство  реальных замков.

     В целом  следует признать, что разные типы наук направлены на разные объекты  в самом процессе коммуникации. Условно  можно подчеркнуть, что теория литературы делает акцент на коммуникаторе «авторе», прикладные коммуникации больше ориентированы  на потребителя информации, теория коммуникации призвана объединить эти  акценты в единое целое.

     Делая вывод ко всему вышесказанному, можно  сказать, что Герберт Маршалл  Маклюэн был истинным гением своего времени, «человеком будущего».

     Даже  Канадский премьер-министр как-то в разговоре заметил, что Маклюэн обладает интуицией гения. Его афоризмы и высказывания поражают всех своей остротой и точностью, некоторые его фразы уже стали крылатыми.

**Список  используемой литературы**

1. Маршалл Маклюэн Галактика Гуттенберга «Сотворение человека печатной культуры» 1962 год;
2. Маршалл Маклюэн Галактика Гуттенберга «Становление человека печатующего» 1962 год;
3. Маршалл Маклюэн «Медиум – это Послание» 1967 год;
4. Маршалл Маклюэн «Понимая медиа: продолжения человека» 1964 год;
5. Маршалл Маклюэн «Война и мир в глобальной деревне» 1968 год;
6. Маршалл Маклюэн «Понимая медиа: внешнее расширение человека» переработанное и дополненное 2003 год;