

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/esse/442626>

Тип работы: Эссе

Предмет: Масс-медиа

-

В первую очередь, рассмотрим основные виды медиакommunikаций. Как уже отмечалось ранее, существует много подходов к классификации видов медиакommunikаций, за основу берутся те или иные критерии, на основании которого выстраивается типология. Ведущее значение имеет задействованный канал восприятия, исходя из этого, мы можем выделить аудиокommunikации (радио, подкасты), визуальные коммуникации (те материалы, которые представлены в видео и фото-формате), кинестетические коммуникации (почта, рассылки, сообщения с возможностью обратной связи), диджитал-коммуникации (интернет-медиа). Данное разделение весьма условно, тем не менее, эта классификация является универсальной, не привязанной к дискурсу определенной теории масс-медиа, что и делает ее базовой. Интересна и позиция Н. Лумана, который считал, что коммуникации – это специфическая операция, которая присуща именно социальным системам [2]. Таким образом, не субъекты вступают во взаимодействие, а само общество пребывает в состоянии перманентной коммуникации. Это связано как с передачей информации и информационными потоками, так и процессами, которые имеют в своей основе перераспределение знаний, незнания. Интересно отметить, что для Лумана было характерно «событийное» осмысление информации. То есть, информация способна трансформировать системы, приводить к возникновению так называемого структурного эффекта. И по степени выраженности такого структурного эффекта мы, в свою очередь, можем классифицировать медиакommunikации. Исходя из этого, выделяются аспекты коммуникативной медиа-реальности, позволяющие их типологизировать:

1. «Реальная реальность» масс медиа — это те коммуникации, которые осуществляются внутри них и через них (тиражирование, распространение, чтение, просмотр и т.д.);
2. Медиакommunikация, которая представляет собой не последовательность операций, а последовательность наблюдений (или наблюдающих операций).

Список литературы

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. - М.: ГУ-ВШЭ, 2001.
2. Луман Н. Реальность массмедиа. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/3796597/>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/esse/442626>