

СОЦИОЛОГИЯ КОММУНИКАЦИИ

ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАЦИИ В СОЦИОЛОГИИ: ПРИГЛАШЕНИЕ К РАЗГОВОРУ

Социология коммуникации — новое, интенсивно развивающееся направление в современной отечественной социологии. Первые учебники и монографии по этой тематике появились в начале 1990-х гг. Интерес к социокоммуникативной проблематике в мировой науке был связан с попытками осмыслить процессы, характеризующие изменившуюся социальную онтологию второй половины XX в. — экспансию СМК (в том числе и электронных) и популярность идеологии конвенционализма, рассматривающей любую общественную проблему как проблему договора, коммуникации, взаимного согласования интересов и действий социальных субъектов.

Изначально социология коммуникации формировалась как разновидность отраслевой социологии. Используя уже разработанные социологией законы, категории и методы, она стремилась описать и объяснить разнообразие коммуникативных практик (в том числе и новых, таких, как сетевая и интернет-коммуникация, межкультурная коммуникация в глобальном информационном обществе и др.) и их влияние на развитие социальных институтов и структур. Вместе с тем стремительное развитие социокоммуникативного знания обнаружило его эвристическую значимость, способную трансформировать и расширить предметное поле самой социологии. Прежде всего, речь идет о перспективах междисциплинарного обогащения социологического знания и палитры исследовательских методов, которое вносит социокоммуникативная проблематика (имеются в виду такие дисциплины, как информатика, семиотика, психология, лингвистика и др.). Кроме того, коммуникация, рассматриваемая как фундаментальная характеристика социального бытия, расширяет парадигмальные горизонты социологии: возникает перспектива формирования коммуникативной парадигмы в изучении общества.

Открытие новой рубрики нашего журнала, посвященной социологии коммуникации, выражает стремление редакции представить самые разнообразные подходы в анализе социальных коммуникаций, традиционных и современных коммуникативных практик, взглянуть на социальные проблемы сквозь призму «коммуникативного гештальта». Предполагается, что в публикуемых статьях проблема социальных коммуникаций будет представлена с позиций разных методологических традиций — микро- и макросоциологии, классической и неклассической, объективистской и субъективистской социологии. Только таким образом можно отразить многомерность социальной коммуникации, являющейся, с одной стороны, результатом институционального воздействия на социальных субъектов, а с другой стороны, — результатом свободного конструирования ими социального мира.

Именно такое видение проблемы коммуникации в СМИ представлено в двух предлагаемых вниманию читателей статьях: Н.В. Колесник и П.А. Мейлахса. В первой статье СМИ рассматриваются в системе коммуникативных практик, характерных для властных и интеллектуальных элит, а во второй статье СМИ выступают как один из важнейших субъектов конструирования социальной проблемы и социального дискурса.

*Проф. кафедры социологии культуры и коммуникации СПбГУ
В.В. Василькова*