



**Ольга Валентиновна Красноярова**

кандидат искусствоведения, доцент, кафедра журналистики и экономики СМИ, факультет журналистики, Байкальский государственный университет экономики и права, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: olgakrasnoyarova@rambler.ru

**Olga V. Krasnoyarova**

PhD in Art, Associate Professor, Chair of Journalism and Mass Media Economics, Department of Journalism, Baikal State University of Economics and Law, 664003, Irkutsk, Lenin str., 11, e-mail: olgakrasnoyarova@rambler.ru

**ТРАНСФОРМАЦИИ СТАТУСА АУДИТОРИИ  
МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ:  
ЧИТАТЕЛЬ, ЗРИТЕЛЬ, МЕДИАКОММУНИКАТОР**

В статье рассматривается как вместе с развитием технологий и изменениями способов коммуникации происходили трансформации статуса аудитории медиа. В статье выделяются концептуальные положения теории Г.М. Маклюэна о трех эпохах развития способов коммуникации.

*Ключевые слова:* массмедиа, массовая коммуникация, аудитория, книга, газета, телевидение, интернет, конвергенция, Г.М. Маклюэн.

**TRANSFORMATION OF THE STATUS  
OF THE AUDIENCE OF MASS COMMUNICATION:  
THE READER, THE VIEWER, THE MEDIACOMMUNICATOR**

The article discusses how, both of evolutions of technology and changes in methods of communication occurred transforming of the status of media audience. The article is highlighted the conceptual tenets of the, G.M. McLuhan's theory about three ages of developing of communication's methods.

*Keywords:* mass media, mass communication, the audience, book, newspaper, TV, internet, convergence, G.M. McLuhan.

Содержание каждой культурной эпохи связано с доминированием определенной коммуникационной технологии (устное слово, книга, электронное средство). Данное положение, как известно, выдвинул в свое время Г.М. Маклюэн, который соответственно выделял три этапа развития коммуникации: период устной коммуникации («общество уха»), затем следовала эпоха печатных средств, иными словами, эпоха коди-

фицирования («цивилизация глаза»), и с середины XX в. эпоха электронных коммуникаций. Развитие и смена технологий влекут за собой смену типов коммуникаций, и по мысли Маклюэна тот или иной доминирующий тип коммуникации какого-либо исторического отрезка определяет способы восприятия и познания мира человеком. Ученый одним из первых переключил внимание научного общества на то, что медиа — это не

только средство восприятия реальности, но именно способ восприятия. Так, Маклюэн рассматривал печать как непосредственное технологическое расширение человека, его тела и сознания. Вслед за ним, другие исследователи стали трактовать медиа не только как техническое средство передачи информации (например, техническое средство передачи — телевизор), а шире — как средство реализации информации (соответственно, телевидение — средство выражения значений образов). Иными словами, газета — это не лист бумаги, а определенным образом кодированная информация, а телевидение — это не включенный «телеящик», а та «картинка», образ, что заставляет зрителя ощутить иллюзию видимой реальности и уловить ее некое значение, которое актуализируется данным медийным способом выражения информации.

Можно однозначно утверждать, что статус и сущность современной аудитории интернет-коммуникации кардинально отличается от статуса аудитории в период печатных средств как доминирующих медиа и затем электронных средств. И чтобы понять, что происходит сегодня с аудиторией массовой коммуникации, рассмотрим самые важные моменты истории развития способов коммуникации, отражающие революции в способах познания мира человеком.

В эпоху устной коммуникации человек жил в мире акустическом, в котором слово и дело были неразлучны, слиты воедино, человек находился в отношениях целостности с природой. Маклюэн, размышляя об этом, обращается к книге Дж. Каротерса «Культура, психиатрия и визуальное слово» (1952), в которой отмечается, что для представителей африканских

племен звуки являются индикаторами событий, движений, действий, тогда для европейца важно увидеть что-то, чтобы поверить в это что-то. Мир устной коммуникации — мир магических ритуалов, мир эмоций, и в нем человек не отделял себя от окружающего, был слит с ним. Это мир «тотальной взаимозависимости и взаимосвязи» [5, с. 49].

Когда же человечество изобретает алфавит, начинает доминировать зрение, вытесняя все остальные чувства — слуховые, тактильно-осознательные. Надо сказать, рукописное слово по Маклюэну в определенной степени еще принадлежало устной коммуникации, ведь манускрипт предполагал коллективное чтение вслух. В античном мире и в эпоху средневековья чтение письменных текстов было возможным только вслух. Этому были причины. Прежде всего, прочесть текст «про себя» было невозможно, потому что до XII в. отсутствовали промежуточные звенья между словами, и не было разбивки текста на абзацы. И нужно было обязательно проговаривать вслух, в голос, чтобы понять смысл текста, написанного, так называемым, «непрерывным письмом» (*«scriptiоcontinua»*). В средние века в Европе книги в основном хранились и читались в монастырских библиотеках. Книга как вид медиа была не средством информации, а средством спасения души, т.е. книга выступала посредником между читателем и Богом. Священное писание заучивалось наизусть. Монастырское чтение было соответственно коллективным, медленным, длительным по времени и похожем как бы на общую ритуализированную медитацию. Целью такого чтения было породить общую, единую, цельную «точку зрения» на картину мира, объединяющую и подчиняющую.

С помощью книг в монастырях не столько передавалось знание, сколько укреплялась религиозно-идеологическая картина мира.

Что касается университетов, там книжные фонды были еще слишком малы (книги стоили очень дорого, тиражировались переписчиками медленно), и студенты записывали книжные тексты под диктовку профессоров. Так что в определенной мере и университетское чтение было коллективным, и не столько чтением, сколько слушанием.

Тем не менее становление университетского и школьного образования внесло некоторые коррективы в способы чтения. Как пишет историк Жаклин Амесс [1], в университетских учениях у студентов возникает необходимость легко находить в книге нужные отрывки, не пролистывая весь том от начала до конца, соответственно текст начали дробить на части, нумеровать параграфы и т.д. Университетская схоластика перешла к комментированному коллективному чтению, с толкованием книг. Однако, как отмечают многие исследователи, это чтение не было построено на диалоге в полном смысле этого слова, и не имело цель глубокого проникновения в текст, скорее речь шла о логической формализации, упорядочении информации. Большинству студентов не хватало знаний для истинно глубокого понимания, например, трудов Аристотеля, в ходу были сборники цитат, антологии. С помощью таких компилятивных книг легко можно было вступать в диспут, оперируя теми или иными цитатами и фрагментами без глубокого знания и чтения первоисточника, оригинального текста. Университеты как раз и практиковали такие методы.

Ж. Амесс, анализируя тот исторический период, заключает: «Систематическое и последовательное

медленное чтение какого-либо сочинения (...), уступило место чтению отрывочному и дробному. Преимущество этого способа заключалось в том, что он обеспечивал возможность быстро ознакомиться с избранными отрывками, но не требовал глубокого проникновения в текст и усвоения всего изложенного в нем учения» [1, с. 151]. И даже многие преподаватели в то время не обращались к оригиналам текстов, а использовали сборники цитат и сведений по той или иной теме (повторим, во многом это было обусловлено и тем, что доступ к оригиналам был ограничен высокой стоимостью книг, а также из-за недостатка достаточного количества копий).

Отрывочность и дробность чтения исследователи-историки рассматривают в основном не как достоинство, а как определенный недостаток. Та же Жаклин Амесс говорит о том, что в системе образования в тот период наметилась тенденция к упрощению. «В книге больше не ищут мудрости, как это делали монахи при чтении духовных книг. Первейшей целью читателя становится *знание*. Чтобы прийти к нему, необходимо иметь определенное количество ключей, позволяющих быстро отыскать отрывки, которыми предполагали воспользоваться» [1, с. 147]. Амесс констатирует, что такие сборники цитат были всего лишь хранилищами текстов и не побуждали читателя к творчеству.

Так или иначе в средние века до изобретения книгопечатания книга как медиа имела специфическую читательскую аудиторию, которая выступала не столько в роли читателя, сколько в роли коллективного «медиума», взывающего к божьей силе. Чтение было ритуализированным, это было своего рода «заклинанием», а книга воспринималась как

сакральное слово, недоступное до конца и священное. Надо сказать, по сути такой же была публика средневековых театральные площадных представлений — мистерий, в которых участвовало практически все население средневекового города, и в основе которых было разыгрывание библейских сюжетов с целью приобщить людей к сакральному переживанию таинств христианства [4]. Тексты мистерий порой достигали 25 тыс. стихов, которые проговаривались актерами (обычными городскими жителями), число исполнителей достигало трех сотен.

Молчаливое чтение, чтение при помощи глаз станет возможным вместе с книгопечатанием, с повсеместным распространением книг (за пятьдесят лет книгопечатания книжные фонды в Европе увеличились с нескольких десятков тысяч до нескольких миллионов!) и далее через полтора века с появлением первых газет. Именно тогда происходит переход от чтения вслух к чтению про себя. И именно тогда формируется та читательская аудитория, которая теоретиками двадцатого столетия традиционно понималась как аудитория массмедиа.

И эта читательская аудитория становится открытой творчеству чтения, диалогу с книгой. Меняются цели и задачи чтения. Исследователь Пол Зенгер в работе «Чтение в позднем Средневековье» отмечает, что в уставах библиотек уже XIV в. было требование тишины (он также подтверждает это анализом устройства библиотек и архитектурного строения). Уже в это время приватное чтение стало доминирующим. Он также делает вывод, что публичное чтение уже служило не задачам образования читателя, а поддержанию «богословской и философской ортодоксии», тогда как приватные чте-

ния «поощряли критическую мысль, способствовали развитию скептицизма и интеллектуальных ересей» [2, с. 178]. Любопытно, что именно с превалированием приватного чтения, чтения молчаливого на полях и прочих свободных местах на книжной странице читатели стали оставлять дополнительные сведения и цитаты, а в некоторых случаях это были комментарии, иными словами это был след внутреннего диалога с текстом. Но читающая публика как таковая (а не только монастырская и университетская) появилась только тогда, когда на свет появились печатные издания, и в том числе, подчеркнем, периодические. Однако формировалась эта публика не сразу. М.Г. Маклюэн говорил о том, что Средние века не знали ни индивидуального авторства, ни читающей публики в современном значении данных слов. «Лишь спустя два столетия с момента изобретения печатного дела человечество смогло овладеть приемами поддержания единого тона или позиции на протяжении всего прозаического произведения» [5, с. 242].

Чтение про себя изменило статус читателя — от коллективного и жестко структурированного, регламентированного к индивидуальному и свободному. Читатель устанавливает более интимную, личную, сокровенную связь с читаемым текстом. Он погружается в свой внутренний мир, мир воображения. Меняется и тип взаимодействия, тип коммуникации читателя с печатным медиа. Если в период монастырских чтений в процессе чтения вслух важно было сформировать, так сказать, матрицу мира, единую точку зрения, общую картину мира, выверенную христианской идеологией, верой, то с книгопечатанием и появлением газет для читателя становится важным понять свою точку зрения.

По мнению многих исследователей, и Г.М. Маклюэна в том числе, огромную роль в формировании читающей публики сыграли газетные публицистические выступления Джозефа Аддисона, которые публиковались в еженедельниках «Болтун», «Зритель», «Блюститель». Ученый пишет, что «до Дж. Аддисона автор не ощущал необходимости или потребности в том, чтобы выдерживать единую установку в отношении рассматриваемого им предмета или единый тон по отношению к читателю» [6, с. 242]. Эссе Аддисона выражали именно мнение, позицию, взгляд на какое-либо явление, событие, факт (от взгляда на биржу до рассуждений о чудовищных женских кринолинах). Ярко выраженная и четко обозначенная авторская позиция провоцировала отклик, реакцию. В аддисоновских журнальных публикациях читатель уже находил для себя не фиксированное знание, а живой современный интеллектуальный материал для размышлений, провоцирующий читателя на выражение своей собственной точки зрения.

Отметим, что в это время, на стыке XVII–XVIII вв., в Лондоне насчитывалось великое множество кофеен (более двух тысяч!). Они были необычайно популярны, в них можно было встретить человека любого сословия, и в них бурно обсуждались не только события, новости, но и книги, газетные, журнальные публикации (во многих кофейнях стоимость газет и памфлетов входила в плату за вход). В кофейнях читатели могли общаться с А. Поупом, Дж. Свифтом, Р. Стилом, Дж. Драйденом и многими другими блестящими представителями интеллектуальной элиты. Возник феномен «обратной связи», это был один из важных моментов структурирования массовой коммуникации. Кстати, именно Дж. Аддисон в

одной из таких кофеен установил почтовый ящик в форме львиной головы специально для читательской корреспонденции. Невозможно удержаться и не сказать также о французских нувеллистах и памфлетистах в тот же исторический период, хотя они имели дело не с печатным, а с рукописным текстом (оппозиционным по отношению к печатным официальным изданиям). Эти авторы собирались в садах Парижа (причем как у англичан кофейни дифференцировались по интересам — были литературные, политические, теологические, биржевые и пр. кофейни, так и у парижан места сборов нувеллистов различались по тематическим интересам). Чтение текстов новостей и памфлетов превращалось там в коллективные обсуждения, бурные дискуссии, и были «рассадником ереси» и альтернативой официальному общественному мнению (поэтому тайная полиция засылала туда своих агентов). Любопытно, что такая живая форма обсуждения текстов (можно сказать, «клубная») тех времен по сути своей и по принципу диалога почти аналогична современным обсуждениям в социальных сетях в Интернете. Люди читали листки новостей и тут же их комментировали.

В английских кофейнях не просто пересказывалось содержание текста, но вычленялась и подвергалась дискуссионному обсуждению та или иная позиция, то или иное мнение. Таким образом формировалась определенная культура интерпретации текста, отношения к тексту не как к застывшему слепку, а как к подвижной смысловой структуре, подлежащей рефлексивному анализу, толкованию. Как заметили Гульельмо Кавалло и Роже Шартье: «Уважительное отношение к написанному слову, пронизанное почтением и послушанием, уступило ме-

сто свободному, непринужденному и дерзкому чтению» [3, с. 78]. Люди читают много, читают дробно, сразу по несколько книжек из самых разных сфер знаний, и все подвергают критике и обсуждению, пишут письма авторам. То, что станет характерным для читателя в дальнейшем уже в наше время, а именно, когда под рукой находятся сразу несколько книг, читаемых поочередно, фрагментами, но в один и тот же период (а с появлением современных ридеров с электронными книжками, тем более!), — появилось уже в то время. Дифференцируются и задачи чтения — от развлечения до постижения наук. Для развлечения были характерны семейные чтения книг вслух и совместное их обсуждение, это было одним из факторов становления культуры чтения в XVIII в.

Итак, именно в эпоху Гутенберга возникает совершенно новое образование — публика, аудитория в национальном масштабе.

«То, что на протяжении последних столетий именовалось «нациями», не существовало, да и не могло бы существовать, до появления технологии Гутенберга. Точно также оно вряд ли сможет выжить в эпоху электронных сетей с характерным для них тотальным вовлечением всех в отношения со всеми.

Уникальность «аудитории», возникшей с появлением печатного слова, заключалась в насыщенном, визуально ориентированном самознании образующих ее отдельных индивидов и групп» [6, с. 19–20].

Феномен «точки зрения» возникает вместе с процессами индивидуализации, а также фрагментированием сознания (человеку типографскому свойственно вычленение отдельных актов, операций, моментов, процессов, специализаций) и связанной с этим отрешен-

ностью от всего остального. Спрогнозированное книгопечатанием изменение социо-культурной среды способствовало развитию философии индивидуализма и общественного самовыражения, установлению традиций частной собственности и приватности, фрагментации и узкой специализации.

В период, начиная со второй половины XVII до первой половины XIX в., идет быстрый рост числа газет, появляются книги малого формата, снижаются цены, создаются организации, позволяющие читать книгу, не приобретая ее в собственность, книжные лавки, выдающие книги на дом, литературные сообщества. В Европе постепенно ликвидируется безграмотность, принимаются законы о всеобщем обязательном образовании. Все в целом способствует тому, что читательская аудитория растет. Даже факт появления керосиновой лампы сыграл свою роль в распространении культуры чтения и росте читательской аудитории, поскольку у большой аудитории высвободилось свободное вечернее время, а лампа позволяла то, что было невозможно при свечах (речь о простых, небогатых людях).

Читатель становится важнейшим звеном в цепочке массовой коммуникации. В этот период формируется градация, начинается дифференциация аудитории медиа: читатели книг, читатели газет, читатели романов-фельетонов и пр. Становятся ясными механизмы, привлекающие аудиторию к тому или иному типу издания, вычленяются их интересы и потребности. И основными средствами передачи информации является книжно-газетная продукция, а самый важный способ коммуникации и восприятия мира — это чтение печатного текста. Читательская аудитория становится массовой, и в большей мере

этому послужили не книги, а газеты. В XIX в. газеты становятся дешевыми, а следовательно массовыми, и соответствующий характер приобретают информация и коммуникация, им свойственны: а) направленность на массу; б) соответствие нуждам этой массы; в) доступность информации для массовой аудитории; г) способность создавать единую позицию массовой аудитории по тому или иному кругу вопросов; д) возможность практически одновременного получения одинаковой информации большой массовой аудиторией.

Читательская аудитория XVII, XVIII, XIX и первой половины XX в. ищет в книгах, журналах, газетах истину, правду, констатацию факта, подтверждение правильности собственных социальных установок. Медиа служат социализации человека, его адаптации к социальной среде. Но этот период развития массмедиа характеризуется односторонней связью, в которой аудитория является потребителем, и поэтому прежде всего она — объект воздействия. Диалогичность коммуникации «читатель—газета» условна, выражается в не просчитываемой реакции аудитории на сообщение, так называемых эффектах массовой коммуникации. Однако именно читательская аудитория является определяющей и доминирующей у массмедиа вплоть до появления телевидения.

Но вот начинается эра кино и затем телевидения. Статус аудитории медиа трансформируется, читателя вытесняет зритель. Переход от печатных к электронным аудиовизуальным средствам коммуникации формирует новый тип восприятия реальности. Теперь познание идет не линейно или фрагментарно, а одновременно. Телевидение вернуло человеку «мир одновременности». Человек становится участником со-

бытия в момент получения информации о нем (а при прямой трансляции — в момент его свершения), он становится частью события, в котором фактически, непосредственно участвовать не может, и которое в прошлых веках было бы отнесено во времени и пространстве, и не задевало бы повседневную жизнь человека. Поле одновременности событий восстанавливает целостное восприятие. Реальность становится конкретной, умозрительные образы уступают чувственно-эмоциональным образам реальности. Восстанавливается многомерность чувственного восприятия, исчезает сенсорный дисбаланс, характерный эпохе Гутенберга. Рациональное мышление типичного человека вытесняется эмоционально-чувственным восприятием, восстанавливает его единство с миром.

Телевидение требует от зрителя активного участия во всем происходящем, порождает его взаимосвязанность со всем, что происходит. В восприятии мира доминирующим фактором становится потребность увидеть. Если зритель не увидел событие в теленовостях, оно как бы для него не существует, кажется умозрительным, далеким. Для аудитории медиа в двадцатом веке, иными словами, зрителя, важна «картинка», образы. Образы действительности в сознании зрителя становятся телевизионными образами, телевизионная картина дня вытесняет реальную. Одно из многочисленных исследований американских коммуникативистов констатировало: люди, которым показывали хронику какого-то парада в честь одного уважаемого и почитаемого героя войны (причем хроника была без монтажных стыков, без укрупнений и ракурсных съемок, снятая одним общим планом), так вот испытываемыми эта хроника была

признана «ненастоящей», недействительной, а телевизионный репортаж они признали за фактологически достоверный, документальный, настоящий, хроника оставила их равнодушными, тогда как телерепортаж взволновал и заставил проникнуться интересом к событию.

Эмоции, эмоциональное восприятие стало доминирующим в восприятии мира телеаудиторией. Прямые телеэфирные и звонки в студию позволили зрителям почувствовать и силу обратной связи в коммуникации. Телевидение сыграло огромную роль в том, что медийные образы, симулякры (по Бодрийяру) стали определяющими в восприятии зрителем картины мира. Знаковая, образная медиареальность отодвинула, заменила реальность жизненного опыта. Знаки-события, образы событий замещают, вытесняют реальность. При этом для человека, живущего в потоке знаков-событий, представленных массовыми коммуникациями, эти события являются свершившимися и реальными в том случае, если они транслированы, иными словами, опосредованы массмедиа, а иначе они остаются не включенными в картину мира этого человека, то есть просто несуществующими для него. Для человека XX в. становится реальным, действительным только то, что коммуникации делают доступными для восприятия, приближают к нему.

В книге «Понимание медиа: Внешние расширения человека» Г.М. Маклюэн говорит: «На протяжении механических эпох мы занимались расширением наших тел в пространстве. Сегодня, когда истекло более столетия с тех пор, как появилась электрическая технология, мы расширили до вселенских масштабов свою центральную нервную систему и упразднили время и простран-

ство, по крайней мере в пределах нашей планеты» [5, с. 5]. С помощью средств коммуникации человеческие чувства были расширены вовне. Расширение вовне заставляет глубоко участвовать во всем, что происходит в мире, вовлекает в жизнь всего человечества. Невозможно больше оставаться на позиции «отчужденной и диссоциированной роли письменного человека».

С приходом электронных СМИ произошла «имплозия коммуникации» (*implosion* — направленный внутрь взрыв, сжатие, уплотнение, интеграция), что повлекло за собой своеобразное сжатие пространства, времени и информации. Современный человек, будь он в Сибири, во Франции или США, одновременно становится участником мировых событий. Он может видеть и чувствовать событие в момент его свершения одновременно с отдаленными от него во времени и пространстве участниками этого события.

Формируется то, что Маклюэн назвал «глобальной деревней». И в этой «глобальной деревне» теряют силу традиционные связи, иерархии, ценности, индивидуализм и отчуждение человека. Люди на разных континентах становятся все более взаимозависимыми, слитыми в некую глобальную целостность, глобальную коммуникацию. Как пишет Маклюэн: «Уплотненный силой электричества, земной шар — теперь не более, чем деревня. Скорость электричества, собрав воедино во внезапной имплозии все социальные и политические функции, беспрецедентно повысила осознание человеком своей ответственности. Именно этот имплозивный фактор меняет положение негра, тинейджера и некоторых других групп. Они не могут и далее оставаться самодостаточными в политическом смысле ограничен-



ного общения. Теперь они вовлечены в наши жизни, как мы в их жизни тоже, и все это благодаря электрическим средствам коммуникации.

Это Эпоха Тревоги, вызванная электрическим сжатием, принуждающим к привязанности и участию невзирая ни на какие "точки зрения"» [5, с. 7].

Маклюэн, таким образом, описал грядущие процессы глобализации. Современные электронные средства, действительно, создают глобальную коммуникацию, а высказанные полвека назад идеи Маклюэна оказались провидческими и актуальными в контексте современности.

Интернет и мировая сеть интегрировала, объединила читателя и зрителя в пользователя, актора, в *медиакоммуникатора*. Сегодня пользователь, участник Сети является, с одной стороны, частью глобальной интернет-аудитории, поглощающей гипертексты, с другой стороны, интерактивным актором коммуникативного процесса, т.е. активным творцом гипертекстов (сообщений, посланий). Интерактивный пользователь Сети — это и коммуникант (потребитель), и коммуникатор (актор), при этом обе роли становятся конвергентными. Считаем показательным уникальный проект энциклопедии «Википедия», в которой авторство разрешается всем и каждому, и который свидетельствует о поразительных изменениях в статусе аудитории массовой коммуникации. Можно сказать, автором «Википедии» в определенном смысле является «коллективный разум», поскольку более полусотни миллионов авторов (эксперты, специалисты и непрофессионалы, любители), на добровольных началах, без оплаты, бескорыстно трудятся, создавая все новые и новые статьи, фиксирующие те или иные знания, фокусирующие

опыт человеческой цивилизации, человеческой культуры.

В западной коммуникативистике Джон Уэбстер в конце XX в. выдвинул концепцию современной аудитории СМИ. Он выделил три модели описания медиааудитории: а) аудитория-как-масса (в данной модели члены аудитории рассматриваются через призму ее характеристик, которые относятся к феномену массы, соответственно когда СМИ обращаются к аудитории-как-массе, то они обращаются не к индивиду, а к совокупности, имеющей нивелированный, стереотипный набор интересов), б) аудитория-как-объект (члены аудитории предстают как медиапотребители, как объект воздействия, испытывающий медиазффекты), в) аудитория-как-агент (члены аудитории выступают как личности, обладающие свободой выбора в коммуникативных процессах, являются субъектом коммуникативного процесса). Данная концепция объективно констатирует ситуацию, дифференцируя типы аудиторий и определяя статус аудиторий современных традиционных и новых интернет-СМИ. Верно, что и поныне существуют первые два типа аудитории, но безусловно третий тип, который некоторые исследователи обозначают также словом «медиапользователи», становится все более определяющим фактором как в журналистике, так и в целом — в современной массовой коммуникации.

Сегодняшняя аудитория СМИ вооружена новыми коммуникативными медиатехнологиями, благодаря которым аудитория-как-агент активно участвует в производстве контента СМИ. Конвергентность статуса аудитории массмедиа порождает множество научных вопросов — например, о роли и функциях аудито-

рии в формировании «повестки дня», о влиянии на развитие журналистики и ее социальной ответственности и множество других.

Нам также кажется, что очень важным становится сегодня понимание мотивации такого перехода из статуса потребителя контента в статус его производителя. И дело не только в том, что человек просто становится свидетелем какого-то события и сообщает об этом в СМИ (например, в «Ты — репортер» РИА Новости). Вспомним, знаменитую теорию социальной самости, теория «зеркального Я» Чарльза Х. Кули. По его концепции, индивид способен выделить мнения, представления,

установки «обобщенных других», и он осознает себя через понимание того, как на него реагируют «обобщенные другие», т.е. он осознает характер их ответной реакции. Его самосознание и система ценностей зеркально отражают эту реакцию на него «обобщенных других». По теории Кули, самоидентификация формируется под влиянием внешних ожиданий «обобщенных других». Данный механизм несомненно играет важную роль в конвергенции потребителя массмедиа в актора массмедиа, поскольку интерактивность новых медиа как раз активизирует эту ответную реакцию индивида на «обобщенных других».

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Амесс Ж. Схоластическая модель чтения // История чтения в западном мире от Античности до наших дней / ред.-сост. Г. Кавалло, Р. Шартье. М.: Изд-во «ФАИР», 2008.
2. Зенгер П. Чтение в позднем Средневековье // История чтения в западном мире от Античности до наших дней / ред.-сост. Г. Кавалло, Р. Шартье. М.: Изд-во «ФАИР», 2008.
3. История чтения в западном мире от Античности до наших дней / ред.-сост. Г. Кавалло, Р. Шартье. М.: Изд-во «ФАИР», 2008.
4. Колязин В.Ф. От мистерии к карнавалу. М.: Наука, 2002.
5. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М.: Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003.
6. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего. М.: Акад. проект: Фонд «Мир», 2005.