

A stylized, light-colored illustration of a plant with several leaves and a cluster of small, round buds or flowers, positioned on the left side of the page against a dark brown background.

ПРИКЛАДНЫЕ МОДЕЛИ КОММУНИКАЦИИ

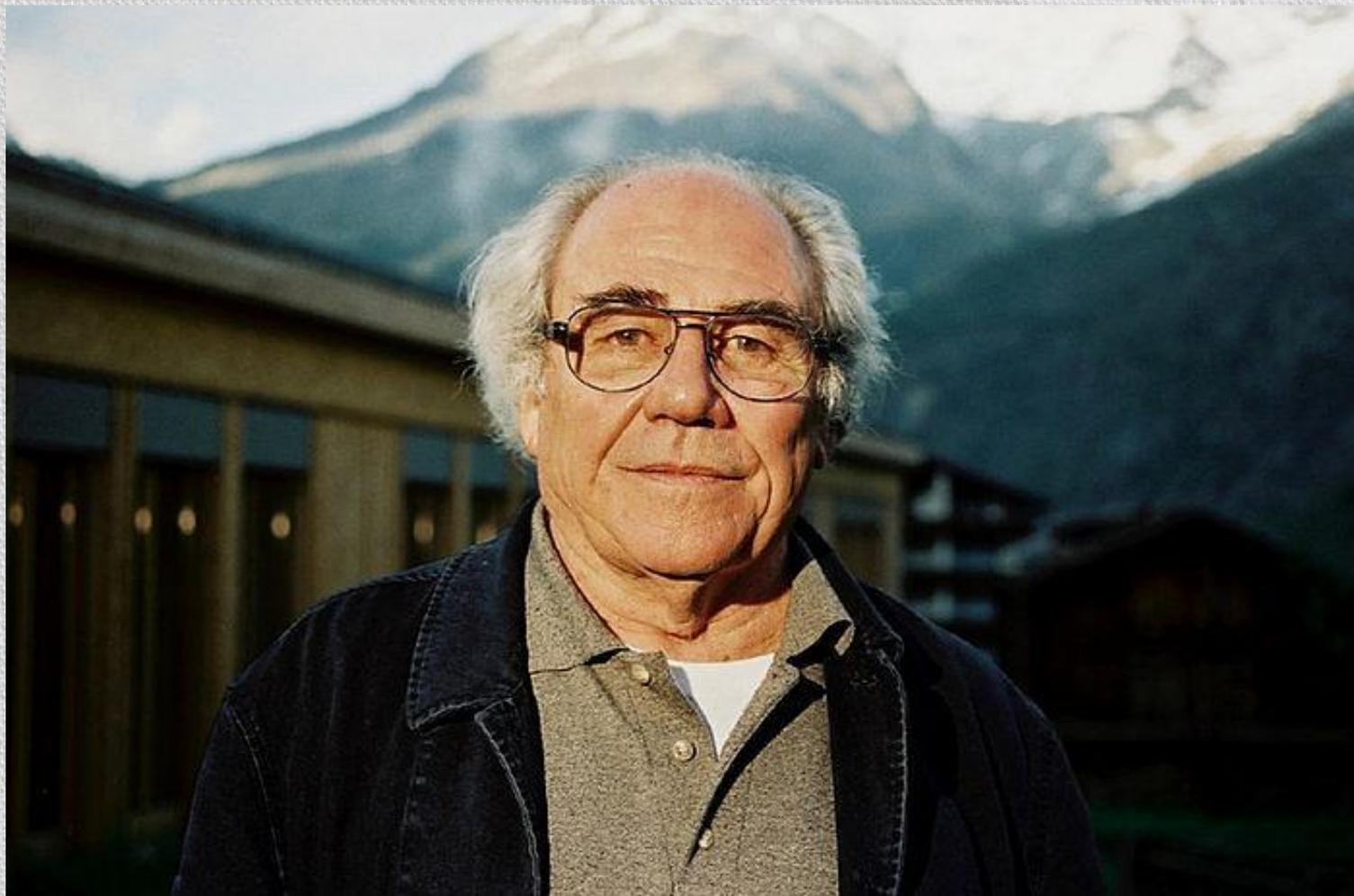
Выполнила:

Ученица группы ФЖ-414

Михайленко Анна

2012 г.

Модель Жана Бодрийяра (вещественная)



- Ж. Бодрийяр начинает свой анализ с особенностей расстановки мебели, где отражается социальная структура эпохи.
- «Типичный буржуазный интерьер носит патриархальный характер — это столовая плюс спальня. Вся мебель здесь, различная по своим функциям, но жестко включенная в систему, тяготеет к двум центральным предметам — буфету и кровати. Действует тенденция занять, загромоздить все пространство, сделать его замкнутым. Всем вещам свойственна многофункциональность, несменяемость, внушительность присутствия и иерархический этикет»



- Современный гарнитур он называет деструктурированным.
- Происходит освобождение функции вещи, она сводится к простейшей конструктивной схеме.



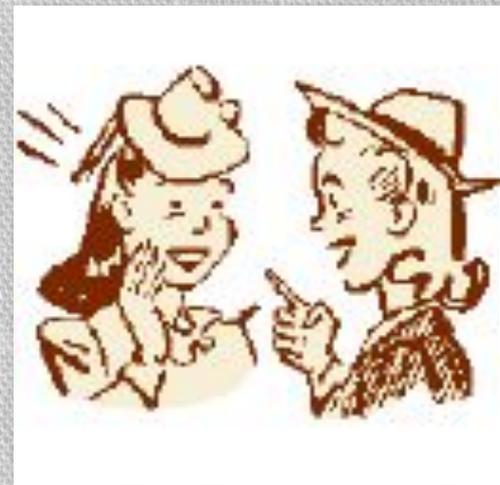
- Также он отмечает исчезновение больших и малых зеркал.



- Одновременно исчезает параллель зеркалу — семейный портрет.



- Новым типом человека становится не раб вещей, а человек расстановки.
- "Реклама пытается убедить нас, что современный человек, по сути, больше уже не нуждается в вещах, а лишь оперирует ими как опытный специалист по коммуникациям"



Коммуникативные функции цвета

- Черное, белое, серое - представляют собой нулевую степень красочности
- "Броские" краски "бросаются" нам в глаза
- Особое внимание белому цвету – все что является непосредственным продолжением человеческого тела - белое



- Современный предмет является функционально богатым, но знаково бедным. Старинный предмет, наоборот, максимально значим, но минимально функционален.
- "В мире коммуникаций и информации энергия редко выставляет себя напоказ. Миниатюризация вещей и сокращение жестов делают менее наглядной символику".



Логика Деда Мороза

- Логика воздействия масс-медиа
- "Это не логика тезиса и доказательства, но логика легенды и вовлеченности в нее. Мы в нее **не верим**, и однако она нам **дорога**".
- Человек "верит" рекламе так, как ребенок - Деду Морозу.
«Индивид чувствителен к скрытым мотивам защищенности и дара, к той заботе, с которой "другие" его убеждают и уговаривают, к не уловимому сознанием знаку того, что где-то есть некая инстанция, которая берется информировать его о его собственных желаниях, предвосхищая и рационально оправдывая их в его собственных глазах"



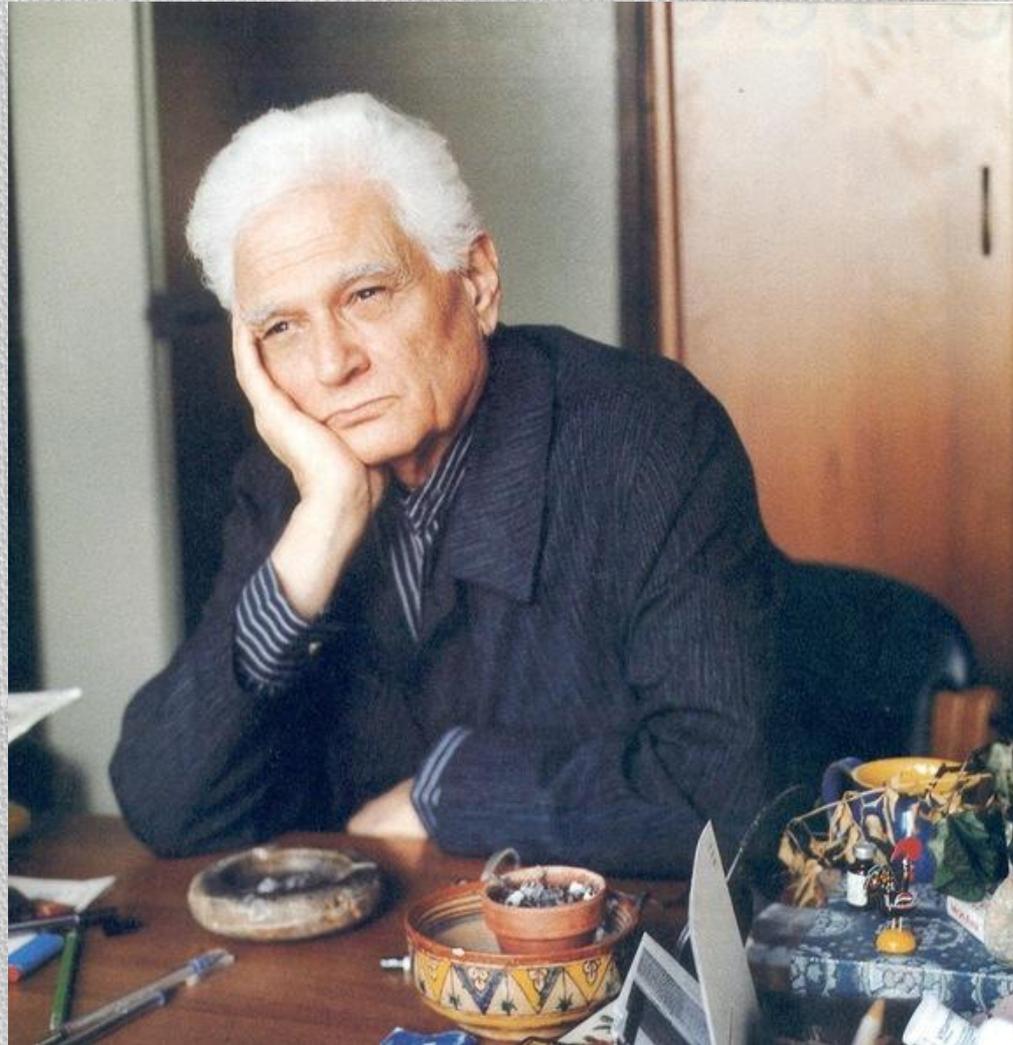
- "Вещь нацелена на вас, она вас *любит*. А поскольку она вас любит, вы и сами себя чувствуете существующим - вы "персонализированы«
- «Хуже всего, когда приходится самому придумывать мотивации для поступков, любви, покупок"
- Ведь все институты общества направлены на то, чтобы избавить человека от "страданий" по поводу выбора хорошей/плохой газеты, работы, сорта сыра и т.д. Человек постепенно лишается возможности выстраивать свой собственный выбор.



- Анализ рекламы Ж. Бодрийяр строит на существовании презумпции коллектива.
- В традиционных формах покупки товар пассивен, а покупатель активен. Современные технологии продажи, наоборот, делают пассивным покупателя, а активным товар. Поэтому для них столь значима опора на коммуникацию.



Модель Жака Деррида (деконструктивистская)





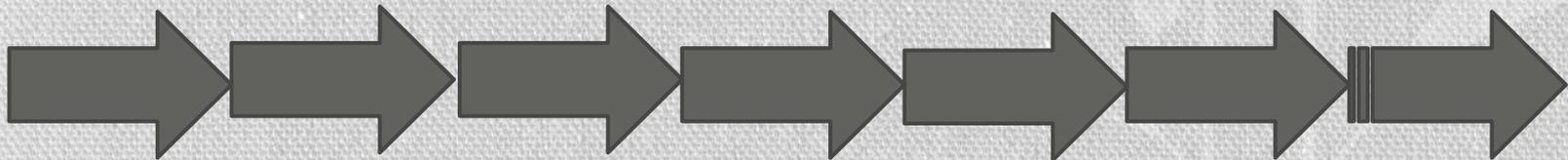
- Знаки в стандартном понимании стоят вместо чего-то присутствующего, понимание же самого Ж. Деррида сводится к попытке выстроить знаковую теорию не в рамках подобной идентичности.
- Для этого нового понимания он предлагает неологизм *differance*, понимаемый как «движение, с помощью которого язык, любой код, любая система референции в целом становятся "исторически" созданными в качестве структуры различий (*differences*)».

- Понятие "дифферанса" возникает как цепочка элементов, один из которых присутствует, второй его заменяет, но уже имеет отношение к будущему элементу.



- То есть между ними возникает интервал во времени и в пространстве.
- Различия (*differences*) возникают благодаря "дифферансу". Знак же является заменителем чего-то существующего.

- Значение - это не то, что содержится в словах, а то, что некто вкладывает в них, подчеркивая тем самым интенциональный характер значения.
- В обычном понимании значения, означающее указывает куда-то от себя, но означаемое нет. Как идея или образ в голове читающего означаемое представляет собой конечный пункт, где значения останавливаются.
- Но в концепции Деррида одно означающее указывает на другое означающее, которое в свою очередь указывает на следующее означающее, которое указывает на следующее означающее и так далее.

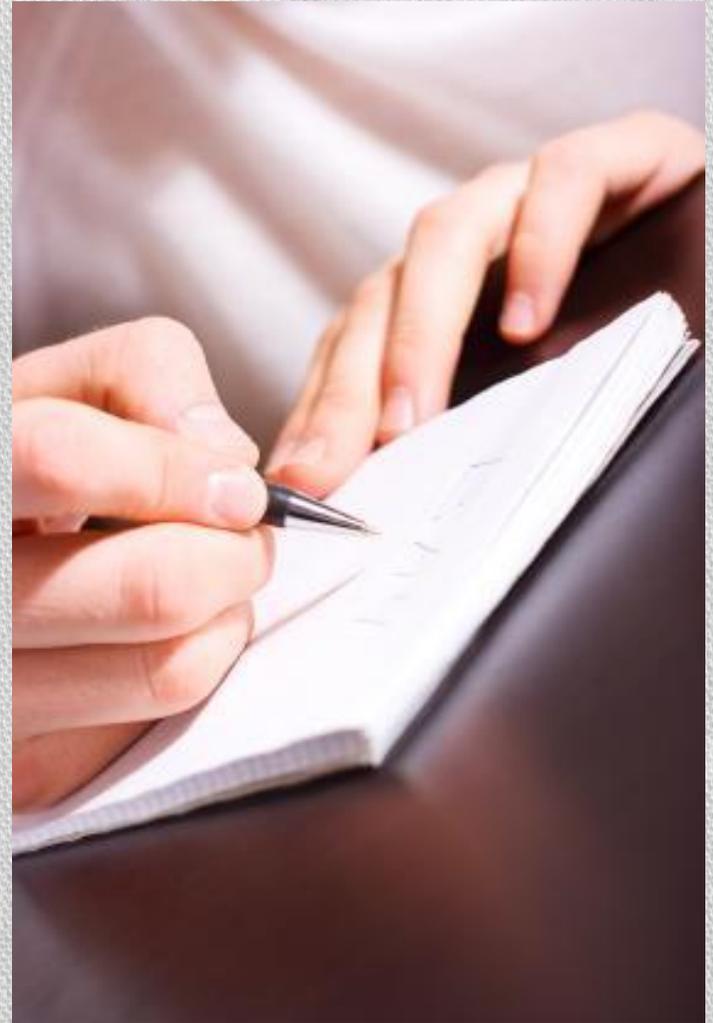


Деконструктивизм

- "Деконструктивизм в основном нацелен на деконструкцию риторического подхода, т.е. интерпретации текста как сугубо лингвистического феномена"
- Расширение объекта:
«Если допустить, что текст — не просто лингвистический феномен, то деконструктивизму надо заниматься тем, что называется «реальность», «экономика», «история».



- Письмо лишь исторически вторично и несамостоятельно. На самом деле статус его первичен.
- Деррида признает, что *факт* письма следует из *факта* речи, но в то же время он подчеркивает, что идея речи зависит от идеи письма.



Модель Жюль Делеза (постструктуралистская)



- "Лишь жертвы могут описать истязания — палачи с необходимостью пользуются лицемерным языком господствующих строя и власти".



- Коммуникативное обоснование боли:

«Боль ценится лишь в соотнесении с определенными формами повторения, обуславливающими ее употребление»



- «Именно повторение становится идеей, идеалом. А удовольствие становится поведением, имеющим в виду повторение, оно теперь сопровождает повторение и следует за ним как за независимой и грозной силой. Удовольствие и повторение, таким образом, меняются ролями...»
- "Смысл — это результат телесных причин и их смесей".

- Делез совместно с Гваттари выступают против сведения бессознательного только к схеме Эдипова комплекса, как это имеет место у Фрейда. **"Фантазия никогда не является индивидуальной: это групповая фантазия"**
- "Бессознательному известны социальные и политические роли: китаец, араб, черный, полицейский, оккупант, коллаборационист, радикал, босс, жена босса. Общественные и исторические события также: сталинизм, вьетнамская война, возникновение фашизма"



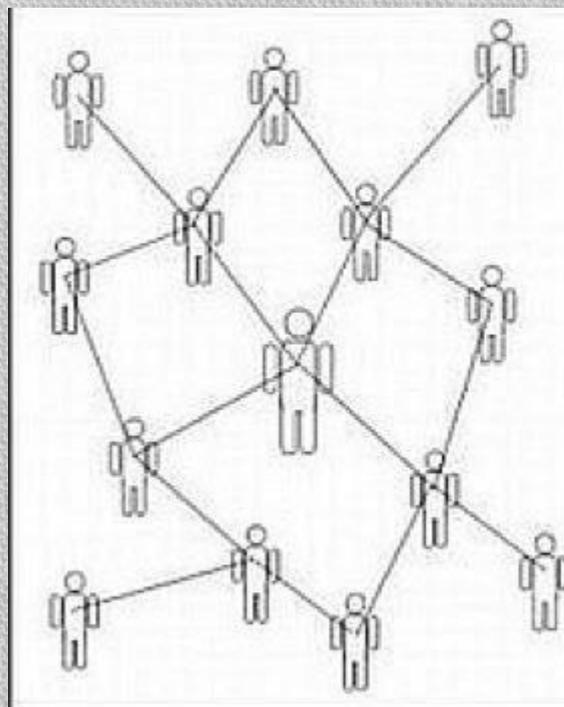
Нулевой знак

- «Смысл рассматривается вовсе не как явление, а как поверхностный и позиционный эффект, производимый циркуляцией пустого места по сериям данной структуры.
- Структурализм (сознательно или нет) заново открывает стоицизм и кэрролловское воодушевление. Структура — это фактически машина по производству бестелесного смысла...»



Машины желания

- Социальные машины действуют на макроуровне, машины желания — на микроуровне.
- "Либида пронизывает все "социальное поле", его экономические, политические, исторические и культурные параметры и определения"



Модель Марселя Мосса (антропологическая)



Теория архаического дара

- "Отказаться дать, пригласить, так же, как и отказаться взять, тождественно объявлению войны; это значит отказаться от союза и объединения"
- Вариантом дара является также и милостыня

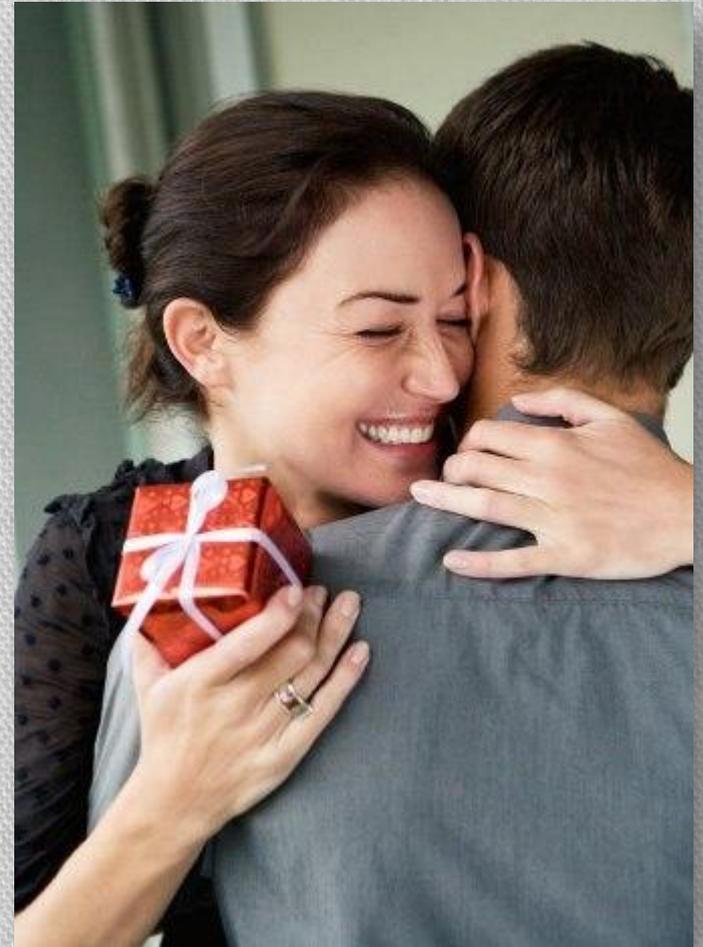


- Дар предполагает обязательное возмещение.
- "Необходимо "время", чтобы осуществить любую ответную поставку (нанесение визитов, брачные договоры, союзы, заключение мира, прибытие на регулярные игры и бои, участие в тех или иных праздниках, оказание взаимных ритуальных и почетных услуг).
- «Проявления взаимного уважения» — любые явления, обмениваемые одновременно с вещами, становящимися все более многочисленными и дорогими по мере того, как эти общества становятся богаче.



Центральные моменты:

- Во-первых, включение в обмены нематериальных моментов. Почет и ритуальные аспекты также вступают в процессы обмена.
- Во-вторых, система дара как-то противоречит рациональной систематике современного мира, это какой-то с современной точки зрения восточный вариант обмена подарками.



Что же контролирует все эти перемещения?

- "Над" стоит система престижа, чести. Все делается "из страха нарушить этикет и потерять свой ранг"



- Уклониться от принятия дара невозможно
- "Действовать так — значит обнаружить боязнь необходимости вернуть, боязнь оказаться "уничтоженным", не ответив на подарок. В действительности это как раз и значит быть "уничтоженным". Это значит "потерять вес" своего имени; это или заранее признать себя побежденным, или, напротив, в некоторых случаях провозгласить себя победителем и непобедимым"



«Техники тела»

- Тело – первый и наиболее естественный инструмент человека





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!