БЕРГЕР (Berger) Артур Аза (р. 1933) - американский ученый, специалист в области качественных методик в социологическом исследовании, теории и практики речевого воздействия, специфики функционирования текстов в поп-культуре и в интерактивном пространстве новых технологий, специалист в области технологий рекламы (в том числе политической), других жанров массовой коммуникации. Профессор кафедры телерадиовещания и электронной коммуникации государственного университета Сан-Франциско, где он работает с 1965.

Окончил бакалавриат университета Массачьюсет (по специальности "английский язык"), магистратуру университета Айова (по специальности "журналистика")и докторантуру в университете штата Миннесота (по специальности "американские исследования"), где и начал свою педагогическую карьеру (1960-1965). Работал также в Миланском университете (1963-1964) и Анненбергской школе коммуникации университета Южной Калифорнии (1984-1985). Автор более ста статей и около сорока книг, среди которых научные, научно-популярные и учебные издания. Многие из книг Б. уже многократно переиздавались.

Среди них - "Видеть значит верить: введение в видеокоммуникацию" (1989, 1998); "Технологии исследования средств коммуникации" (1982, 1991, 1998), пользующаяся наибольшей известностью; "Наука в современной культуре" (1984, 1986, 1998). Среди относительно недавних книг Б. можно назвать такие, как "Основы теории массовой коммуникации" (1995), "Гений еврейского юмора" (1997), "Нарративы в поп-культуре, СМИ и повседневном общении" (1997), "Искусство комедии" (1997), "Вскрытие постмодерниста" (1997). Книги Б., увидевшие свет в 2000, - "Методы исследования СМИ и коммуникации", "Реклама и культура потребителя", "Еврейское жестикулирование".

Основная тема научных интересов Б. - безусловная недостаточность изучения текста как социального документа, явления культуры, искусства или же повседневной жизни, каким-либо одним методом. Б. активно пропагандирует и воплощает в собственной исследовательской практике идею сочетания различных дисциплинарных методик/практик/технологий, среди которых семиотика, марксистская теория, теория психоанализа, социологические подходы. Развивая свой метод работы с текстом (наиболее полно представленный в книге "Агитпопулизм", 1989), Б. вводит и широко использует метафору "секретный агент" с целью демонстрации множества "тайников" / "секретов" в практически любом тексте, которые исследователю необходимо обнаружить и вскрыть. Проблема, по мнению Б., заключается в том, что трудно быть уверенным, какая именно методика раскрывает правду или хотя бы в большей степени говорит правду, чем другие.

А.А. Berger, И.Ф. Ухванова-Шмыгова

Автор: словарь
18.10.2007 12:33 -