О. А. Миронова

МЕДИАТИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ГУМАНИТАРНОГО ПРОСТРАНСТВА КАК СОВРЕМЕННЫЙ АСПЕКТ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Аннотация

Исследование, представленное в статье, посвящено осмыслению роли процессов медиатизации на современном этапе глобализации, одним из проявлений которой является формирование международного гуманитарного пространства. Будучи разновекторно направленным процессом, медиатизация приводит как к интегрирующим, так и дезинтергрирующим последствиям, выступает как неоднозначное и противоречивое явление, что предопределяет необходимость его всестороннего исследования и глубокого изучения в рамках общественных и экономических наук.

Ключевые слова

Глобализация, постиндустриализация, медиатизация, международное гуманитарное пространство.

O. A. Mironova

MEDIATIZATION OF INTERNATIONAL HUMANITARIAN SPACE AS A MODERN ASPECT OF GLOBALIZATION

Annotation

Article is devoted to understanding the role of processes of mediatization at the present stage of globalization, one of manifestations of which is formation of international humanitarian space. Being a multi-vector process, mediatization leads to both integrating and disinterring consequences, acts as ambiguous and contradictory phenomenon, which determines the need for its comprehensive research and in-depth study within framework of social and economic sciences.

Keywords

Globalization, postindustrialization, mediatization, international humanitarian space.

Введение

Развитие цифровых информационных технологий в условиях глобализации мировой экономики принципиальным образом меняет роль медиа, превращая их в важнейший для человека источник информации об окружающем мире. Цифровые СМИ обладают одновременно высокой скоростью и значительными возможностями широкого распространения больших объемов информации, что позволяет им охватывать трансляцией своих информационных продуктов весь земной шар, создавая тем самым глобальное медийное пространство. Данный процесс в современных источниках научной литературы получил название медиатизации.

Процесс медиатизации, если понимать его как распространение информации среди большого количества населения через посредников (медиа), свойственен культуре, исходя из ее природы, и начался еще с момента ее зарождения. Однако только с появлением массовых коммуникаций стало возможно говорить о начале формирования гуманитарных пространств стран, межстрановых объединений и в конечном итоге международного гуманитарного пространства. Медиатизация как объективный процесс на современном этапе глобализации становится ее характерной чертой и актуализирует интерес к изучению медиа как инструмента социального взаимодействия в различных сферах общественной жизни.

Материалы и методы

Одним из факторов и одновременно результатом развертывания процессов глобализации и постиндустриализации выступает формирование общества нового типа — информационного общества, основывающегося на повсеместном использовании цифровых технологий, в том числе в сфере медиакоммуникаций. В современных условиях медиа как средства массовой коммуникации выступают, с одной стороны, в качестве инструмента, посредника во взаимодействии членов общества, а с другой стороны, в роли социального института, формирующего общественное мнение и во многом определяющего направления развития социума. Это позволяет утверждать, что отличительной особенностью современного этапа формирования информационного общества, его фундаментальной основой является процесс медиатизации.

Медиатизация как процесс внедрения и неуклонного роста взаимодействия между медиа и социумом представляет собой определяющий фактор влияния на общественные бытие и сознание, производство и потребление, а также культуру отдельных стран и всего человечества, что позволяет рассматривать ее с позиции фактора, способствующего формированию международного гуманитарного пространства.

В информационном обществе медиа представляют собой важнейший канал коммуницирования, что позволяет им активно влиять на формирование и изменение массового сознания. Современные медиа воздействуют как на социум, так и на каждого отдельного индивида, бытие и сознание которого формируются под воздействием потребляемых им в процессе коммуникации и удовлетворения своих интересов продуктов медиаиндустрии.

Современные медиа пронизывают практически все сферы жизни общества настолько, что многие социально-экономические процессы уже неотделимы от медиакомпоненты. Огромную роль медиа играют в процессах формирования гуманитарных пространств разного уровня, выступая как в качестве инструмента (посредника) в этом процессе, так и непосредственно формируя смыслы и

образы, создавая события, определяя отношения индивидов к тем или иным культурным, образовательным, религиозным явлениям и аспектам. В первую очередь это относится к так называемым новым медиа, возникшим в информационную эпоху, которые сегодня выступают как информационно-стратегический ресурс медиатизации международного гуманитарного пространства и приобретают статус глобального социального института, объединяющего страны, регионы и континенты.

В настоящее время понятие медиатизации обретает междисциплинарный характер, что позволяет выделять в его структуре социологический, экономический, политологический, образовательный, гуманитарный и иные аспекты. Это позволяет трактовать медиатизацию в условиях формирования информационного общества не просто как появление новых цифровых медиатехнологий или отдельных цифровых приложений, а расширить горизонты исследования взаимодействия между социумом, культурой, коммуникациями и медиа.

Результаты

Медиатизация как процесс внедрения и неуклонного роста взаимодействия между медиа и социумом представляет собой определяющий фактор влияния на общественные бытие и сознание, культуру отдельных стран и всего человечества. Можно утверждать, что медиатизация как фактор формирования международного гуманитарного пространства одновременно выступает как результат и как драйвер дальнейшего развития процессов глобализации, постиндустриализации, цифровизации общества и экономики.

Под воздействием процессов постиндустриализации и цифровизации значительные трансформационные изменения претерпевает и медиапространство, в котором появляются новые субъекты, коммуницирующие с помощью инновационных каналов взаимодействия. Одним из последствий глобализационных процессов и формирования глобального информационного общества является детрадиционализация, представляющая собой трансформацию традиций и адаптацию их к новым условиям. Главным фактором детрадиционализации в условиях информационного общества является не физическая сила, а экономический, идеологический, информационный и культурный виды принуждения. Процессы медиатизации способствуют формированию международного гуманитарного пространства, в котором происходит «делокализация» традиций, их отрыв от фиксированных пространственных и временных рамок. При этом постоянное движение традиционных образцов происходит не только от «центра» к «периферии» мировой системы, но и в обратном направлении [1]. Очевидно, что при активном развитии глобализационных процессов для сохранения культурной идентичности необходимо предпринимать определенные меры со стороны государств, в том числе с привлечением социальных медиа.

Современные медиа обладают ярко выраженным дуализмом, который заключается в том, что в условиях постиндустриализации медиа выступают одновременно в двух ипостасях: как источник информации и как канал коммуницирования. Еще одной особенностью медиа в информационную эпоху выступает их способность не только отображать и воспроизводить картину как некую объективную реальность, но и придавать субъективную направленность ее восприятию. Более того, современные СМИ во многих случаях сами формируют ту или иную картину восприятия или систему ценностей, ориентируясь на запросы и потребности той или иной пользовательской аудитории. Благодаря такому специфическому свойству цифровых медиа, как интерактивность, стали возможны трансформация и адаптация

медиапредложения под особенности потребления медиапродуктов каждого пользователя, его потребности в той или иной информации и форме ее представления с учетом удобного для него времени работы с медиаресурсом или общения с другими участниками коммуникации с использованием современных медиа. Таким образом, медиатизация становится обоснованным в модификации коммуникаций основным принципом, по которому люди конструируют социальный и культурный мир [1].

Современные медиа объективно обладают как положительными, так и отрицательными свойствами. Так, если возможности свободы общения, самовыражения, творчества, доступность, приватность, быстроту взаимодействия можно рассматривать как несомненные положительные их особенности, то к негативным их сторонам, в частности, можно отнести их ориентацию на потребителя со средним и даже примитивным уровнем запросов. Даже в случае представления зрителю предлагаемого обсуждения как серьезной дискуссии в области политики, медицины, культуры или идеологии подобные трансляции носят преимущественно развлекательный характер.

Другим негативным моментом, характеризующим функционирование современных медиа, является, как ни странно, их дезинтегрирующее воздействие. Несмотря на то что, казалось бы, медиа могут представлять собой инструмент социальной интеграции, они осуществляют ее, но на искусственно созданной платформе, сначала обособляя людей, заменяя живое общение на виртуальное, а затем объединяя их в некие виртуальные группы на основе смоделированных самими медиа общих ценностей.

Еще одной вызывающей опасение особенностью современных медиа является, если выражаться образно, растворение в них власти, которая хоть и неочевидно, но незримо присутствует во всех сферах жизни общества, ныне охватываемых СМИ, невидимым образом вторгаясь в любые программы, в том числе научные и развлекательные, и фактически овладевая любой информацией, что позволяет трансформировать ее подачу не объективно, а в русле интересов ее представителей. При этом значительную роль играет возможность монтажа, позволяющего во многих случаях создавать иллюзорную картинку, воспринимаемую пользователем как объективную реальность.

В условиях глобализации и постиндустриализации система средств массовой информации многократно усложняется, что обусловливается не только значительным многообразием современных медиа, но и отсутствием единого централизованного управления данной системой. Современный мир одновременно и глобален, и фрагментарен, что находит отражение и в специфике международного гуманитарного пространства, и в особенностях протекания процессов медиатизации. В таких условиях как население отдельных стран, так и все человечество в настоящее время не имеет единой, объективной, целостной системы информации, адекватно отображающей реальную картину мира. Это приводит к снижению легитимности СМИ, обусловленному растущим разрывом между репутацией ньюсмейкеров и ожиданиями пользователей массмедиа о том, как идеальным образом должна быть организована их работа. В этих условиях степень доверия к тем или иным СМИ может определяться следующими параметрами:

– своевременность предоставления информации, которая, в свою очередь, должна отвечать требованиям достоверности, объективности и неангажированности;

– способность обеспечивать прямую и обратную связь между государ-

ством и гражданами, а также культурную коммуникацию между представителями различных социальных групп;

– оперативное реагирование и предоставление гражданам информации о существующих в обществе и экономике проблемах и путях их решения, всестороннее освещение различных, в том числе и полярных, точек зрения по этому поводу;

– выполнение просветительских функций, утверждение общечеловеческих нравственных ценностей [2].

Обсуждение

Понятие медиатизации в настоящее время не имеет однозначной трактовки, хотя многие исследователи данного процесса склонны рассматривать его как широкое внедрение медиа и информационной культуры в различные сферы человеческой деятельности и общественной жизни, способствующее формированию единой культурно-коммуникационной системы общества. В различных исследованиях, посвященных данному процессу, используются сходные по звучанию, но имеющие несколько разное, а зачастую и принципиально различное содержательное значение термины: медиатизация, медиация, медиализация, медиазация и т. д. Так, в английском языке mediated означает «опосредованный». В то же время слово mediatized может быть переведено как «медиатизированный». В данном случае акцент переносится на действие, на процессуальный характер медиакоммуникаций [3].

Обобщение различных подходов к определению понятий «медиация» и «медиатизация» представлено в таблице 1.

Таблица 1 — **Теоретическое осмысление понятий «медиация» и «медиатизация»** [4–11]

Автор	Термин	Содержание понятия
Silverstone R.	Медиация	Диалектический процесс вовлечения медиакоммуникаций в циркуляцию символов в общественной жизни, при котором медиа не только транслируют информацию, но и преображают окружающую среду и условия для их существования и дальнейшего развития
Couldry N.	Медиация	Многовекторные, разнонаправленные тенденции развития медиапотоков
Wilson C.	Медиация	Результат существования в обществе двух основополагающих для существования медиаубеждений: о существовании в обществе некоторого правящего центра и о том, что национальные и международные центральные медиа, соединяя общество с данным центром, выступают транслятором его интересов
Bennet P., Kendall A., McDougall J.	Медиатизация	Процесс изменения роли массовых коммуникаций в жизни общества в процессе их развития
Krotz F.	Медиатизация	Исторический процесс институциализации СМИ
Hepp A., Hajarvard S., Lundby K.	Медиатизация	Процесс роста зависимости социума от медиа и их логики
Дукин Р. А.	Медиатизация	Процесс формирования социального пространства особого рода
Голубинов Я. А.	Медиация	Революционный процесс преобразования общества посредством мощного манипулятивного воздействия на массовое сознание его членов

Ф. Кротц рассматривает медиатизацию как процесс, равный по значимости глобализации, коммерциализации и индивидуализации [9]. Согласно точке зрения А. Хеппа, С. Хьярварда, К. Ландби, медиатизация выступает как процесс возрастания зависимости общества и экономики от медиа и результатов их деятельности. Данный процесс может проявляться на макро- и на микроуровне прямо или косвенно [10]. В случае прямой медиатизации ранее неопосредованные медиакоммуникациями сферы человеческой деятельности начинают осуществляться посредством применения цифровых информационно-коммуникационных технологий (ИКТ): интернет-банкинг, интернет-игры и т. д. В отличие от прямой, косвенная медиатизация менее очевидна и проявляется в росте влияния механизмов медиа на определенный вид человеческой деятельности.

Российские ученые высказывают различные точки зрения относительно сущности и содержания данного процесса. Одна группа исследователей рассматривает медиатизацию как процесс институционального посредничества медиа при формировании специфического социального пространства. Другие предлагают рассматривать медиатизацию не в узком смысле, как простое посредничество, а более концептуально, учитывая транслирующий характер медиа, что позволяет формировать идеологические настроения, эмоции и даже подсознательные ожидания граждан. При этом медиа действительно выступают в качестве посредников между потребителями информации и той части общества, которая заинтересована в распространении и капитализации информации именно данного содержания.

Обобщая результаты дискуссии по вопросам употребления понятий «медиация» и «медиатизация» в отечественной и зарубежной литературе, можно сделать вывод о том, что медиация — это более узкое понятие, означающее процесс любой передачи информации посредством медиа от ее производителя к потребителям. Медиатизацию следует рассматривать более широко, как фундаментальный процесс взаимного воздействия медиа на различные сферы общественной жизни, что приводит к взаимным изменениям как взаимодействующих сторон, так и различных социальных практик, и способов коммуникации между представителями различных социальных групп и слоев общества, а также внутри этих групп и слоев.

Выводы

Процесс глобализации предоставляет немыслимые ранее возможности для научного сотрудничества, культурного взаимодействия, движения туристических потоков. Казалось бы, результатом глобализационных процессов должен стать поступательный прогресс во всех сферах гуманитарной жизни общества, в результате которого человечество выйдет на новый, качественно более высокий уровень просвещения, развития науки и культуры, взаимопонимания и сотрудничества. Однако в настоящее время этого не происходит, и неконтролируемая глобализация скрывает в себе массу отрицательных последствий. В частности, это так называемая «вестернизация», то есть навязывание всему миру идеологических, политических и культурных стандартов западного мира, утрата национальной идентичности. Следствием этого становится стремление к противостоянию массовой культуре, сохранению национальной идентичности, традиций и ценностей, в том числе религиозных, различными способами, вплоть до радикальных (антиглобализм, терроризм и т. д.). Данные аспекты медиатизации в контексте формирования единого международного гуманитарного пространства требуют серьезного осмысления и являются направлением для дальнейшего изучения.

Библиографический список

1. *Hazanov, I.* World of Media in Research of Scientific School «Media Education and Media Competence» // Media Education. — 2020. — № 60 (4).

2. Об информации, информационных технологиях и о защите информации : [Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ] [Электронный ресурс]. — URL: https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=398298.

3. *Гуреева, А. Н.* Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // Вестник Московского университета. — 2016. — № 6. — С. 201.

4. *McDougall, J., Potter, J.* Curating media learning: Towards a porous expertise // E-Learning and Digital Media. — 2015. — № 12 (2). — P. 199–211.

5. *Silverstone, R.* Media and Morality: On the Rise of Mediapolis, European Journal of Communication. — 2006. — № 19 (1). — P. 87–101.

6. *Couldry, N.* Media Rituals: Critical Approach [Электронный ресурс]. — URL: http://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/MEDIA165/media%20rit-uals.pdf.

7. *Wilson, C.* IdeaLab, Media and Information Literacy: Challenges and Opportunities for World of Education. — Ottawa : Canadian Commission for UNESCO's, 2019. — P. 17.

8. *Bennet, P., Kendall, A., McDougall, J.* After The Media: Culture and Identity in the 21st Century. — London : Routledge, 2011. — P. 272.

9. *Krotz, F.* Global The Meta-Process of «Mediatization» as a Conceptual Frame // Media and Communication. — 2007. — № 3 (3). — P. 256–260.

10. *Hepp, A., Hajarvard, S., Lundby, K.* Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society // Media, Culture & Society. — 2015. — № 37 (2). — P. 314–324.

11. *Ramos-Soler, I., López-Sánchez, C., Torrecillas-Lacave, T.* Online risk perception in young people and its effects on digital behavior // Comunicar. — 2018. — № 56. — P. 71–79.

Bibliographic list

1. *Hazanov, I.* World of Media in Research of Scientific School «Media Education and Media Competence» // Media Education. — 2020. — № 60 (4).

2. On Information, Information Technologies and Information Protection : [Federal Law № 149-FZ from 27.07.2006] [Electronic resource]. — URL: https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=398298.

3. *Gureeva, A. N.* Theoretical understanding of mediatization in digital environment // Bulletin of Moscow University. — 2016. — № 6. — P. 201.

4. *McDougall, J., Potter, J.* Curating media learning: Towards a porous expertise // E-Learning and Digital Media. — 2015. — № 12 (2). — P. 199–211.

5. *Silverstone, R.* Media and Morality: On the Rise of Mediapolis, European Journal of Communication. — 2006. — № 19 (1). — P. 87–101.

6. *Couldry, N.* Media Rituals: Critical Approach [Electronic resource]. — URL: http://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/MEDIA165/media%20rit-uals.pdf.

7. *Wilson, C.* IdeaLab, Media and Information Literacy: Challenges and Opportunities for World of Education. — Ottawa : Canadian Commission for UNESCO's, 2019. — P. 17.

8. *Bennet, P., Kendall, A., McDougall, J.* After The Media: Culture and Identity in the 21st Century. — London : Routledge, 2011. — P. 272.

9. *Krotz, F.* Global The Meta-Process of «Mediatization» as a Conceptual Frame // Media and Communication. — 2007. — № 3 (3). — P. 256–260.

10. *Hepp, A., Hajarvard, S., Lundby, K.* Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society // Media, Culture & Society. — 2015. — № 37 (2). — P. 314–324.

11. *Ramos-Soler, I., López-Sánchez, C., Torrecillas-Lacave, T.* Online risk percep-

tion in young people and its effects on digital behavior // Comunicar. — 2018. — № 56. — P. 71–79.