

Н. Б. Кириллова

На пути к новой науке — медиалогии

Подводя итоги, хотелось бы высказать ряд мыслей и предложений, которые стали очевидными в процессе работы Всероссийской научно-практической конференции.

1. Мы живем в интересную эпоху постиндустриального развития, которую одни исследователи определяют как «информационную», другие как «постмодернистскую», для третьих это — «эпоха глобализации».

Ясно одно: мы живем в мире **медиа** — расширяющейся системы массовых коммуникаций, «информационного взрыва», основными характеристиками которого являются беспредельность, избыточность и хаотичность. В этой связи усложняются наши социальные связи и модели постсоветской идентичности.

Впрочем, двадцатилетие демократических реформ в России продемонстрировало поразительные результаты: страна сделала мощный рывок от тоталитарной системы к цивилизованному обществу, при этом очевидно возрастание роли экранной культуры как катализатора многих социальных процессов, повлиявших на политическое и экономическое развитие страны. Результатом стало формирование новой российской медиасреды, более открытой и демократичной, что позволило нашему обществу войти в информационное пространство мира.

2. Медиа среда современной России представляет собой достаточно сложный организм, охватывающий экономику, социальные институты, общественное сознание, духовную и материальную культуру — все то, что окружает человека, способствуя его социализации. При этом демократическая медиа среда — это триединство «глобальной» медиасреды, общероссийской и региональной. В современном медиапространстве лидирует экранная культура, составляющими которой являются телевидение (эфирное, кабельное, спутниковое), кино, видео, DVD, CD-ROMы, электронная почта, компьютерные каналы и Интернет как «пространство свободной коммуникации». Все это доказывает, что мы стали обществом, основой которого является информация. Вот почему первоочередными задачами социокультурной сферы России на рубеже XX — XXI веков стали:

- компьютеризация массовых библиотек, музеев, архивов;
- создание общедоступных баз и банков данных в области гуманитарных и социальных наук;
- создание широкой сети культурно-информационных и информационно-развлекательных центров в регионах страны;
- создание и развитие русскоязычного сектора в Интернете;
- обеспечение информационной безопасности личности, общества и государства.

По образному определению американского медиолога Дугласа Рашкоффа, «единственная среда, в которой наша цивилизация еще может расширяться, наш единственный настоящий фронт — это эфир, иными словами — медиа. Вследствие этого власть, которой сегодня обладает тот или иной человек, определяется уже не количеством собственности, находящейся в его распоряжении, а скорее тем, сколько минут «праймтайма» на телевидении или страниц новостной печати он может заполучить. Непрерывно расширяющиеся медиа стали настоящей средой обитания — пространством, таким же реальным и, по всей видимости, незамкнутым, каким был земной шар пятьсот лет назад. Это новое пространство называется инфосферой...»¹

Инфосфера — новая территория, открытая для взаимодействия самых разных людей и континентов. Сегодня в ней сосуществуют разные этнические, национальные и художественные культуры. В этой связи меняется и система функционирования традиционного искусства, которое получает свое дальнейшее развитие в киберпространстве.

¹ См.: Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура воздействует на ваше сознание. — М., 2003. — С. 8.

3. Медиасреда становления информационного (гражданского) общества ставит новые задачи перед медиаменеджментом (системой руководства медиасферой) — как государственным, так и частным. Речь идет о формировании новой системы медиаполитики. При этом государство все больше становится «выразителем» общественных интересов, бизнес способствует трансформации медиарынка, а «четвертая власть» (журналистика, критика) должна быть готова брать на себя функции «социальной экспертизы».

4. В связи с влиянием глобальной медиасреды и повышением роли экранной культуры как интегратора модернизационных процессов, как посредника между разными странами и континентами, властью и обществом, социумом и личностью, *возрастает потребность в медиаобразовании как комплексном процессе, объединяющем разные учебные дисциплины*. В международной и отечественной практике сложилась система концептуальных подходов к медиаобразованию, выработаны модели российского медиаобразования, способствующие формированию медиакультуры личности.

Медиаобразование в России можно разделить на следующие основные направления: 1) медиаобразование будущих профессионалов (журналистов, кинематографистов, медиакритиков, редакторов, менеджеров, продюсеров и т. д.); 2) медиаобразование будущих педагогов в педвузах и университетах, в системе ИППК; 3) медиаобразование как составная часть общего образования школьников и студентов; 4) медиаобразование в культурно-досуговых центрах; 5) дистанционное медиаобразование; 6) самостоятельное (непрерывное) медиаобразование, которое осуществляется в течение всей жизни человека.

5. Становится очевидно, что на наших глазах *рождается новая наука — медиалогия, начинающая обосновываться в теоретическом пространстве*. Речь идет о комплексной гуманитарной науке, которая опирается на культурологию и искусствознание, теорию журналистики и педагогики, социологию и информатику, политологию и менеджмент.

Предметом исследования медиалогии является эволюция медиакультуры, в том числе и аудиовизуальной: ее антропология и генезис, знаковая система и социальное функционирование, влияние на модернизационные процессы в обществе и мире, идентификацию и «планетарное» сознание; в объекте медиалогии — принципы духовной регуляции различных сфер бытия, такие как: смена технологий власти, социально-экономических структур, политических систем, а также мифологии, революции, реформы, войны (в том числе информационные) и т. д. Важная сторона ме-

диакультуры — ее плюрализм, многообразие и взаимодействие разных культур на этническом, национальном и художественном уровнях. Эти уровни складываются в ходе адаптации общества к изменяющимся условиям медиасреды, под воздействием единого информационного пространства, общения и взаимодействия между разными народами посредством киберсферы. Современная медиакультура — это совокупность книжной (печатной) и экранной культур, визуальной и аудиовизуальной; в последние годы распространены стали и такие понятия, как «электронная культура» и «киберкультуры» (термин, введенный американским социологом Дэвидом Беллом). Не случайно в профессиональной медиапедагогике появился новый учебный курс — **кибержурналистика** (он изучается в Институте Массмедиа Российского государственного Гуманитарного университета)!

Как любая научная дисциплина, медиалогия располагает своей системой научных категорий и понятий, собственной терминологией, которые формировались параллельно с развитием информационно-коммуникационных технологий.

К основным направлениям медиалогии относятся «медиаполитика», «медиакультура», «медиапедагогика», «медиаобразование», «медиаменеджмент».

К категориям медиалогии можно отнести следующие: «медиа-среда», «медиапространство», «киберпространство», «виртуальная реальность», «инфосфера»; среди специфических терминов и понятий выделяются «медиапроцесс», «медиаобъект», «медиа субъект», «киберобъект», «киберсубъект», «виртуальность», «мультимедийность», «оцифровка», «код», «байт», «сайт», «сеть», «симулякр» и т. д.

Мы, наверное, еще до конца не осознаем, что живем уже в новой цивилизации, основу которой составляет информация. Даже такой футуролог, как Эдвин Тоффлер, не мог предсказать роли «галактики» Интернет, объединившей мир в глобальную информационную систему, формирующую новое мышление и новое сознание.

Все эти вопросы — в объекте медиалогии.

Основными задачами, которые предстоит решать медиалогии в ближайшие годы, являются следующие:

1. Дальнейшее развитие таких направлений как медиаполитика, медиакультура, медиаобразование в контексте процесса модернизации общества.

2. Анализ степени воздействия на медиакультуру разных социальных институтов и структур: мифологии, религии, художествен-

ной культуры, идеологии, науки, классического наследия и современных веяний.

3. Соотношение медиакультуры (как культуры массовой, тиражированной, повседневной) с культурой высокой (элитарной) в производстве и поддержании духовных ценностей.

4. Усиление роли медиакультуры (в том числе экранной) как посредника между разными странами и континентами, между властью и обществом, социумом и личностью, разными общностями и социальными группами.

5. Определение характера перемен, происходящих в медиасреде Центра и региона, мегаполиса и провинции, связь этих процессов с модернизацией в целом.

6. Обоснование социокультурных факторов, влияющих на трансформацию медиасреды и медиапространства: ИКТ, медиарынок, преодоление цифрового неравенства и языковых барьеров, создание единого информационного пространства мира, специфика медиаменеджмента и новая роль журналистики, медиакритики и т. д.

7. Выявление принципов модернизации российского общества в контексте «глобальных» процессов мирового сообщества и способствование формированию плюралистических взглядов, толерантности и взаимопонимания между людьми и государствами.

Эти и многие другие вопросы должны быть в центре внимания и науки, и общественности, что позволит повысить роль медиакультуры (в том числе экранной) как важнейшего фактора демократии, социальной модернизации и духовного развития личности XXI века.