

Современная культура и СМИ: к вопросу о взаимовлиянии

Аmineva Elena Sergeevna

Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема

к.филол.н., и.о. зав. кафедрой филологии и журналистики

Аннотация

Статья посвящена характеристике основных тенденций развития СМИ в условиях современной культуры, которая испытывает на себе влияние глобализации. Говорится о том, что СМИ, формируют ценностные предпочтения современной аудитории и одновременно трансформируются под воздействием культуры информационного общества. Процесс глобализации способствует формированию качественно новой аксиологической модели современных медиа.

Ключевые слова: глобализация, СМИ, гибридизация, кросс-культура, трансформация, «универсальный» журналист, аксиологическая модель СМИ

Modern Culture and Mass Media: on Mutual Influence

Amineva Elena Sergeevna

Sholom-Aleichem Priamursky State University

PhD in Philology, Acting Head of Department of Philology and Journalism

Abstract

The article touches upon characteristics of main trends in media development in the context of modern culture, which is influenced by globalization. The author highlights that the mass media forms value preferences of the modern audience and, at the same time, is transformed under the influence of the culture of the information society. The process of globalization contributes to the formation of a qualitatively new axiological model of modern media.

Keywords: globalization, mass media, hybridization, cross-culture, transformation, 'universal' journalist, axiological model of mass media

Во второй половине XX века человечество вступило в новую эпоху: эпоху информационного общества. Главной ценностью становится информация, а СМИ обретают новые характеристики и функции. Вполне очевидным является тот факт, что современная культура начинает испытывать на себе сильное влияние СМИ, которые, в свою очередь, также ощущают на себе её воздействие.

Современное состояние культуры культурологи определяют такими понятиями как «кросс-культура», «постмодернизм», «мультикультурность», «гибридизация». Так или иначе, все эти определения подразумевают

многокультурность и многополярность современного мира, синтез и мозаичность концепций, явлений, точек зрения и т.д.

Одной из тенденций развития многополярного мира стала глобализация. Принято считать, что процесс глобализации оказал и продолжает оказывать влияние на СМИ.

Понятие «глобализация» многозначно и затрагивает практически все сферы жизни современного человечества. В науке сферы проявления глобализации определяют следующим образом:

1. экономика (транснациональные компании, мировые финансовые институты и др.);
2. политика (международные организации как субъекты политической деятельности);
3. культура (усиление процесса взаимопроникновения культур, гибридизация);
4. информация (электронные СМИ, Интернет).

Принято считать, что современная глобализация включает в себя следующие компоненты:

- всеохватность и комплексность изменений при переходе к глобальной стадии (сама изменчивость сегодня становится главной позитивной ценностью);
- доминирование глобальных ценностей и ориентиров по отношению к локальным, местным ценностям; гибридизация культуры;
- акцентирование глубинных феноменов, которые получают раскрепощение (архаичных, докультурных);
- решительное изменение ориентации рациональности к постмодерну с его акцентом на мозаичность и внутреннюю несвязность восприятия;
- мозаичный набор социальных моделей и типов, отсутствие единых принципов рационализации [4].

Безусловным остаётся тот факт, что глобализация информационного пространства связана прежде всего с новейшими достижениями в технике коммуникации. Возникновение глобального информационного пространства имеет под собой совершенно реальное основание. Исторический процесс сближения наций и народов сопровождался превращением современного мира в глобальную коммуникационную систему.

В середине XX века канадский философ и культуролог, социолог Маршалл Маклюэн выдвинул идею о «глобальной деревне». «Глобальная деревня» – это концепция, согласно которой под влиянием электронных аудиовизуальных средств связи люди вновь приобретают многомерность чувственного восприятия мира, свойственного дописьменному периоду истории цивилизации. Это процесс приобщения огромной массы людей к телевизионному «мифотворчеству», то есть «электронное возвращение в первобытный век палеолита», где каждый зритель, сидя у своего телевизора, становится соучастником новой эмоционально-телевизионной общности планетарного масштаба. Маклюэн считал неизбежным превращение

электронных СМИ в некое подобие «нервной информационной системы» общества [3].

Я.Н. Засурский, рассматривая современные СМИ, считает процесс глобализации одним из важных и главных в сфере обмена информации [2].

Глобализация, безусловно, невозможна без средств массовой коммуникации. Есть мнение о том, что «глобализационные процессы начались благодаря развитию телевидения, когда в 1980-е гг. резко снизились цены на спутниковое телевидение <...> Проведение систем кабельного телевидения в ещё большей степени увеличило возможности знакомства с внешним миром. Цифровые технологии сделали передачу информации простой, качественной и надёжной» [5, с. 286].

В условиях процесса глобализации, с одной стороны, роль СМИ в моделировании картины мира возрастает. На сегодняшний день компьютерные сети охватывают весь мир, и есть реальная возможность для пользователя получить нужную информацию из любой точки земного шара. Глобализация обозначает общемировую тенденцию к взаимозависимости и открытости. Если прежде масштаб деятельности СМИ определялся размерами страны, то сейчас национальные границы теряют всякий смысл.

С другой, СМИ сами испытывают на себе влияние процесса глобализации, которая оказывает большое влияние на способы распространения информации и специфику формирования медиасреды. Одним из проявлений этого процесса стала конвергенция, то есть распространение одного и того же содержательного продукта по разным каналам (пресса, телевидение, радио, Интернет), разными средствами (с помощью текста, звука или видео).

Сегодня при использовании термина «медиаконвергенция», эксперты говорят о пяти процессах: технологической, экономической, социальной, культурной и глобальной конвергенции.

В связи с процессом глобализации и связанной с ним конвергенцией можно говорить о жанровой трансформации современной журналистики. Например, мультимедийная статья (или история) – это информационный жанр онлайн-журналистики, сочетающий в себе элементы медиаконвергенции, обладающий свойством интерактивности, состоящей из информационных единиц разных жанров.

Новые информационные и коммуникационные технологии оказывают серьёзное воздействие на распространение и доставку информации и на доступ к ней. В таком виде её доступность и оперативность распространения выше, чем у традиционных СМИ. Кроме этого, всё это обеспечивает динамичное проникновение информации в сознание людей.

Интернет – СМИ сегодня рассматриваются как один из современных и новых видов медиа, которые обладают своими отличительными характеристиками: большой (по сравнению с традиционными СМИ) охват аудитории, возможность трансграничного распространения информации, неограниченный выбор информации, отсутствие предварительного контроля

(часто, к сожалению), возможность обсуждения, фактическое отсутствие цензуры, предоставление информации в различной форме.

Глобализация способствует процессу трансформации личности современного журналиста и самого понимания этой профессии. В науке активно обсуждается концепция «универсального журналиста». «Универсальный» журналист («новый» журналист) – основная рабочая единица современной медиасреды. «Новый» журналист должен обладать следующими умениями, чтобы работать в условиях конвергентных СМИ: производить новостные материалы для онлайн ресурсов; загружать аудио- и видео-подкасты в Интернет; снимать видеорепортажи; делать фотографии, а также обрабатывать их и загружать в Интернет; оперативно работать на компьютере; ориентироваться в сети Интернет; делать новостные сообщения в виде SMS-сообщений; использовать всевозможные компьютерные программы; передавать информацию через Wi-Fi сразу в выпуск, в номер и на сайт; вести всевозможные блоги; отбирать качественные факты и данные; быть доступным в любое время суток.

СМИ в настоящее время, часто забывая о своей прямой обязанности, - отражать общественное сознание, напротив, формируют его. Современные медиа способны формировать и воздействовать на культурные приоритеты, они участвуют в создании новых стереотипов общества потребления, влияют на ценности и приоритеты современного человека. С другой стороны, сами СМИ испытывают на себе влияние массовой аудитории, находясь в тесной зависимости от предпочтений последней.

Процесс глобализации активно влияет на межкультурные связи. Налицо тенденция к унификации мировой культуры и в том числе СМИ. Есть точка зрения о том, что сегодня, в условиях современной культуры, идёт формирование глобализованных «однородных» средств массовой информации [1].

Под влиянием процесса глобализации изменяется аксиологическая составляющая современного медийного текста.

В эпоху информационного общества, знание и информация постулируются как основные ценности. СМИ в наше время являются одним из наиболее действенных составляющих в современной глобальной системе духовных и моральных составляющих. В современном информационном обществе медиатекст воспринимается как популярная форма коммуникации. СМИ сегодня принимают активное участие в формировании ценностных установок.

Под влиянием процесса глобализации происходят серьёзные качественные изменения аксиологических доминант современной культуры.

Аксиологическая модель современных СМИ сегодня представляет собой отдельные модели, которые навязываются обществу. Все модели духовного развития цивилизации можно условно разделить на две группы: модели, пропагандирующие системоцентризм, единые ценностные категории и установки (Россия до недавнего времени) и модели, транслирующие персоноцентризм (Западная культура). Во второй половине 80-х гг. XX века в

России начинается кризис и набирает обороты процесс заимствования ценностей из западной культуры. Одна из пропагандируемых ценностей сегодня – это идея социального успеха. Успешный человек сегодня – это обеспеченный, богатый человек. Можно сказать, что для современной аксиологической парадигмы характерен концепт ‘successful person’ («успешный человек»).

Ценности, которые транслируются современными медиа следующие: здоровье, безопасность, достаток, успешность, амбициозность, креативность, молодость, призыв делать карьеру агрессивно, мир, любовь образование, внимание к людям, доверие. Как видим, базовые ценности, долгое время составляющие основу российской культуры, сегодня находятся в конце аксиологической классификации. Речь идёт об активном заимствовании Россией под влиянием процесса глобализации западных ценностных установок.

Важной и необходимой составляющей формирования предпочтений современного общества является информация. Сегодня медиа активно манипулируют общественным сознанием, применяя самые разные техники и приёмы. Со всей очевидностью можно утверждать, что современные СМИ отбирают для освещения часто события, которые имеют мнимую достоверность. Речь идёт о формировании в эпоху постмодернизма системы симулякров. Симулякр – знак, не имеющий значения. Современные медиа занимаются сегодня построением ирреальной действительности. Государственные СМИ придерживаются так называемой «успокаивающей терапии». Они создают симуляцию, в которой активно формируется ощущение того, что всё хорошо.

Для поддержания своего существования и высоких рейтингов современные медиа формируют чаще всего свой новостной контент по принципу преобладания в нём доли развлекательной информации. В данном случае исследователи говорят о таком качестве современных СМИ как инфотейнмент (новость+развлечение). Значительно сокращается процент аналитической и просветительской информации, которая требует зрителя осмысления и вдумчивости. Сенсационность, драматизация сюжетов, акценты на интересные детали и подробности во многом стали ключевыми факторами привлечения внимания современной аудитории.

Таким образом, сегодня СМИ формируют ценностные предпочтения аудитории и одновременно испытывают на себе влияние культуры информационного общества. А глобализация, как процесс, который влияет на современную культуру и одновременно является одной из её важнейших характеристик, - тому подтверждение.

Библиографический список

1. Дзялошинский И.М. СМИ в системе доступа к информации: шума много, информации мало // ЮНЕСКО между двумя этапами Всемирного саммита по информационному обществу: труды Международной конференции,

- Санкт-Петербург, 17-19 мая 2005 г. М.: Институт развития информационного общества, 2005. С. 311 – 329.
2. Засурский Я. Н. Информационное общество в России: парадоксы интернета. URL:<http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/8ed1458b8c8572dac3256efa003ef0b3>
 3. Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. М.: «Изд-во МГУ», 1999. С. 114 – 115.
 4. Иноземцев В. Л. Метафизика глобализации: культурно-цивилизационный контекст: Монография. М.: «Канон», 2006.
 5. Яковец Ю. В. Глобализация и взаимодействие цивилизаций. М.: «Экономика», 2001. 346 с.