

ЧТО ТАКОЕ МЕДИАКУЛЬТУРА

Наталья КИРИЛЛОВА

Нашу эпоху современные исследователи называют по-разному. Для одних это период «постиндустриального общества», для других – «информационная эпоха», кто-то определяет ее как «эпоху постмодерна», или глобализации.

Ясно одно: мы живем в мире медиа – расширяющейся системы массовых коммуникаций, «информационного взрыва», основными характеристиками которого являются хаотичность, беспредельность и избыточность. В этой связи усложняются наши социальные связи и модели постсовременной идентичности, заставляя обратиться к пониманию медиакультуры, ее роли в современной эпохе.

СМЕЩЕНИЕ К ПОЛЮСУ КУЛЬТУРЫ

Медиа (от латинского «media», «medium» – средство, посредник) – это термин XX века, введенный канадским социологом М. Маклюэном для обозначения феномена «массовой культуры» («mass-media»). Что касается понятия «медиакультура», то это детище современной культурологической теории, обозначающее особый тип культуры информационной эпохи, являющейся посредником между обществом и государством, социумом и властью.

Медиакультуру можно определить как совокупность информационно-коммуникативных средств, материальных и интеллектуальных ценностей, выработанных человечеством в процессе

Р.Арнхейм, А.Базен, Р.Барт, Д.Белл, В.Беньямин, Ж.Бодрийяр, Ж.Делез, М. Маклюэн, Г.Маркузе, Х.Ортега-и-Гассет, Ю.Кристева, Э.Тоффлер и другие. В России, где сам термин появился относительно недавно, на протяжении многих лет эта проблема была в центре внимания представителей семиотики, языкознания, психологии, таких как М. Бахтин, Ю.Тынянов, Л.Выготский, Ю.Лотман, В.Библер, Ю.Цивьян, М.Ямпольский, А.Якимович...

В последнее десятилетие в условиях постсоветской России появилось немало интересных работ, которые исследуют непростые процессы информатизации общества, взаимоотношения медиа и власти, влияние медиакультуры на личность. Достаточно вспомнить исследования Е.Вартановой, А.Грабельникова, И.Дзялошинского, Я.Засурского, В.Лившица, К.Разлогова, А.Федорова, М.Федотова, А.Шарикова, Г.Юшквичюса и других.

Как известно, феноменами эпохи Модерна стали массовая печать, фотография, телеграф, телефон, радио, кино, чуть позже телевидение. Был взят курс на «массовую грамотность», построены тысячи библиотек и театров, издательств, кино- и телестудий и т.д. Составляющими постмодернистской (информационной) цивилизации стали: кабельное и спутниковое ТВ, видео, компьютерные каналы, интернет, цифровое кино, электронная почта, сотовая связь, CD-Rомы, DVD... Все то, что смешивается, пополняет



Кириллова Наталья Борисовна – автор книги «Медиакультура: от модерна к постмодерну» (М.: Академический проект, 2005); профессор Уральского государственного университета им. А.М.Горького, главный редактор журнала «Уральский федеральный округ»

Глобальная медиасреда заставляет задуматься не только о власти медиа над обществом, но и о судьбе искусства в киберпространстве мультимедийности, о многообразии культур, о поисках новой идентичности и многом другом

культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности. Медиакультура включает в себя культуру передачи информации и культуру ее восприятия; она может выступать и показателем уровня развития личности, способной воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиатворчеством, усваивать новые знания в области медиа.

Анализом специфики медиакультуры и ее воздействия на общество и личность в XX веке активно занимались многие зарубежные исследователи

ся, комбинируется, расширяя социальную память индивида, общества, всей планеты на наших глазах. Идет формирование «планетарного», «глобального» мышления. Активной участницей этого процесса является медиакультура.

Российскую медиакультуру следует рассматривать в контексте развития западноевропейской. И это не противоречит логике социальной эволюции. В своей последней книге «Раздумья о России» Д. С. Лихачев говорил о связи наших культур на протяжении многих веков: «Русская культура всегда была по своему типу европейской и

несла в себе все три отличительные особенности, связанные с христианством: личностное начало, восприимчивость к другим культурам (универсализм) и стремление к свободе» (СПб., 2001. – С. 32).

Выступая на Всемирном конгрессе информационных агентств «Информация: вызовы XXI века» в сентябре 2004 года Президент России отметил, что средства массовой коммуникации (СМК) напрямую влияют на «процессы глобализации, за счет которых расширяется рынок..., растет координация международных усилий во всех сферах нашей жизни. Когда мы говорим о глобализации, то имеем в виду и единое информационное пространство» (Kremlin.ru). Впервые были озвучены и показатели российского медиарынка: в стране работают 2240 телекомпаний, 1453 радиостанции, выпускается более 40 тысяч газет и журналов.

Исследования социокультурной ситуации в постсоветской России показывают, что интенсивное развитие медиакультуры, в особенности электронной, аудиовизуальной, все более активно влияет на общественное сознание как мощное средство информации, культурных и образовательных контактов, как фактор развития твор-

ческих способностей личности. Последнее сегодня очевидно, так как компьютер и интернет предоставляют человеку возможность индивидуального общения с экраном в интерактивном режиме как с целью реализации своих творческих идей, используя преимущества «виртуального» мира, так и с целью познания «другого». «Инфосфера», «киберпространство» формируют и новый тип личности.

Уровень развития современных средств массовой коммуникации и специфика их всестороннего воздействия на личность доказывают, что медиа – один из факторов практической реализации теории «диалога культур», разработка которой была начата М. Бахтиным и продолжена Ю. Лотманом, В. Библером и другими исследователями. Как известно, М. Бахтин пришел к теории «диалога культур» через анализ проблемы «другого». Для Ю. Лотмана, одного из родоначальников отечественной семиотики, процесс познания реальности, как и процесс познания «другого», подразумевал возведение медиатекста до уровня «абстрактного языка». Что касается В. Библера, то именно ему принадлежит ныне широко известный тезис о том, что на рубеже XX – XXI веков обозначилось отчетливое «смещение эпицентра всего человеческого бытия – к полюсу культуры». Следуя идеям М. Бахтина, В. Библер резонно утверждал, что «разум культуры актуализируется именно как разум общения (диалога) логик, общения (диалога) культур».

МЕЖДУ «МАССОВЫМ» И «ЭЛИТАРНЫМ»

Однако в условиях массового внедрения информационных и компьютерных

технологий расширились не только позитивные, но и негативные методы воздействия СМК как на отдельного человека, так и на общество в целом. Размытие границ между «массовым» и «элитарным» стало отличительной чертой культурной парадигмы информационного общества, ориентированного на всеядность идей и компромисс эстетических позиций. Компьютерные и телекоммуникационные технологии становятся своеобразным инструментом информационной, политической и духовной экспансии, средством для создания новых социальных мифов.

В этом причины неприятия многими учеными и деятелями культуры постмодернистской философии и эпохи глобализма в целом. Да и называют их по-разному: как «новый Вавилон» (А. Генис), как «предапокалипсис» (М. Назаров), как «конец метарассказа и сумерки просвещения»

(А. Панарин), как «власть плутократии» (В. Лисичкин и Л. Шеллепин) и т.д.

Что касается страхов и опасений, то они связаны с тем, что привычка к эволюционному мышлению вынуждает многих считать «планетарную цивилизацию» простым продолжением колониализма – агрессией сильных против слабых, развитого индустриального общества против неразвитого, Запада против Востока.

Что ж, переходный период всегда сопряжен с поисками новой идентичности. Россия оказалась сегодня перед выбором, подобно герою русских на-

родных сказок. Для нее очевидны три возможные альтернативы развития: первая – интеграция в западное сообщество, вторая – опора на собственные силы, обособление от Запада; третья – возрождение империи, противостояние с Западом.

Интеграция с Западом означает не только модернизацию экономики, улучшение законодательства и т.д., но и очередную ломку ценностей. Призыв «жить, как в Европе» невозможно осуществить без принятия европейской шкалы ценностей. Осуществление этого проекта требует углубления демократических принципов, проведения дальнейших реформ по укреплению демократических институтов.

Не случайно первоочередными задачами модернизации социокультурной среды 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 центров в регионах страны;
- создание и развитие русскоязычного сектора в интернете;
- обеспечение информационной безопасности личности, общества и государства.

В этой связи особо актуальным становится вопрос о роли медиакультуры как уникального явления информационной эпохи, как знаковой системы, «кода», с помощью которого передается информация об окружающем человеке мире и формируется новое мышление. А это в свою очередь ставит новые задачи перед теорией и практикой медиаобразования как фактора социализации личности.

М. Маклюэн когда-то отметил: «Чтобы быть по-настоящему грамотным, надо быть грамотным в мире медиа...»

Время подтвердило правоту знаменитого канадского социолога.

Вопрос о том, что такое медиаобразование, в чем его сущность и характерные особенности, стал в последние годы одним из самых дискуссионных и в педагогической среде, и в сфере журналистики, а также у психологов и социологов.

Казалось бы, в чем проблема, если в стране накоплен опыт профессионального и массового медиаобразования, создана Ассоциация кинообразования и медиапедагогике России (президент – доктор педагогических наук, профессор А. В. Федоров), появились

и в педагогической среде, и в сфере журналистики, а также у психологов и социологов. Казалось бы, в чем проблема, если в стране накоплен опыт профессионального и массового медиаобразования, создана Ассоциация кинообразования и медиапедагогике России (президент – доктор педагогических наук, профессор А. В. Федоров), появились

разнообразные научные исследования по данному вопросу, есть специализированный журнал «Медиаобразование», который издается с января 2005 года. Идею медиаобразования активно поддерживает ЮНЕСКО через Российскую программу «Информация для всех».

Причина в том, что есть определенное расхождение между теорией журналистики и педагогической практикой в целевых установках профессионального и массового медиаобразования. Медиаобразование – это комплексный процесс, тесно связанный не только с теорией журналистики, педагогикой, но и с другими областями гуманитарного знания: культурологией, искусствоведением, информатикой, политологией, социологией, психологией.

Медиаобразование не только воздействует на формирование медиакультуры личности, но и существенно влияет на ментальную идентичность молодого поколения россиян, а это доказывает, что медиакультура личности – сложное понятие, включающее информационную, политическую, нравственную и эстетическую составляющие.

Медиаобразование в современной России можно разделить на следующие основные направления:

- медиаобразование будущих профессионалов (журналистов, кинематографистов, медиакритиков, редакторов, менеджеров, продюсеров и т.д.);
- медиаобразование будущих педагогов в педвузах и университетах, в системе ИППК;
- медиаобразование как составная часть общего образования школьников и студентов;
- медиаобразование в культурно-доусловных центрах;
- дистанционное медиаобразование;
- самостоятельное (непрерывное) медиаобразование, осуществляемое в течение всей жизни.

ПАРАДИГМА «ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ»

Перспективы медиаобразования в современной России напрямую связаны с процессом социальной модернизации, проблемами формирования основ гражданского общества и соответственно медиакультуры личности XXI века.

Мы сегодня идем к новому типу мышления, основой которого является владение информацией, а паролем – интеллект. Об этом размышлял когда-то и Э. Тоффлер, хотя он писал свои труды до того, как в сфере «интеллектуальной коммуникации» стал лидировать интернет.

Известный американский социолог М.Кастельс в предисловии к русскому

изданию своей книги «Галактика Интернет» (Екатеринбург: У-Фактория, 2004) пишет о том, что в России происходит одновременно несколько переходных процессов. Один из самых значимых – технологический и организационный переход к информационному обществу. «Богатство, власть, общественное благополучие и культурное творчество России XXI века во многом будут зависеть от ее способности развить модель информационного общества, приспособленную к ее специфическим ценностям и целям».

Размывание границ между «массовым» и «элитарным» стало отличительной чертой культурной парадигмы информационного общества, ориентированного на всеядность идей и компромисс эстетических позиций

Американский медиолог Д. Рашкофф настроен более пессимистически. Рассказывая о новой реальности конца XX века – инфосфере, включающей в себя многочисленные средства передачи и модификации информации, он не только описывает это явление, но и поднимает ряд острых вопросов. Насколько человечество, создавшее инфосферу, контролирует протекающие в ней процессы? Не грозит ли неуправляемое увеличение объемов информации возникновением опасных медиавирусов, искажающих восприятие реальности?.. (См.: Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. – М., 2003). Глобальная медиасреда заставляет задуматься не только о власти медиа над обществом, но и о судьбе искусства в киберпространстве мультимедийности, о многообразии культур и поисках новой идентичности и о многом другом.

Важная сторона медиакультуры – ее плюрализм, многообразие и взаимодействие разных культур на этническом, национальном и цивилизационном уровнях. Эти уровни складываются в процессе 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 распространенными стали такие понятия, как «электронная культура» и «киберкультура» (термин, введенный американцем Дэвидом Бэллом). Даже в профессиональной медиапедагогике появился новый учебный курс – кибержурналистика, который изучается в Институте массмедиа Российского государственного гуманитарного университета.

Все это доказывает, что медиакультуре, как и медиаграмотности, надо учить, причем, с раннего возраста.

С учетом того, что ЮНЕСКО определило медиаобразование как приоритетную область культурно-педагогического развития XXI века, медиапедагогика имеет большие перспективы. Медиаобразование с его богатой историей и обширной географией оказывается все более востребованным, а главное – необходимым в современной российской социокультурной ситуации. **ТЦ**