

Секция «Глобалистика и геополитика»

Становление глобального медиапространства

Жукова Анна Игоревна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет
глобальных процессов, Москва, Россия*

E-mail: anuzhukova.i@gmail.com

*«Появление новых средств массовой коммуникации
(телеграфа, телефона, радио и телевидения)
мгновенно связало людей во всем мире,
устранило границу между днем и ночью и превратило мир в одну большую «гло-
бальную деревню».*

М. Маклюэн. «Война и мир в глобальной деревне»

«Мы все, так или иначе, подвержены влиянию медиа, ибо игнорировать ежедневный ливень газетных заголовков, подхватываемый телевидением и оглашаемый радио, просто невозможно,» — говорит Тина Браун, редактор газеты «The New York Times». С этим высказыванием трудно не согласиться, ведь мы живем в XXI веке, веке мощнейших информационных технологий, веке Интернета, веке глобализации. Последнее столетие дало огромный толчок развитию средств массовой информации, что существенно повлияло на систему массовой коммуникации человечества, и, в качестве следствия, на всю человеческую культуру.

Средства массовой коммуникации, в особенности электронные масс-медиа, имеют большое влияние на самые разные стороны общественной жизни, начиная от правовых и заканчивая экономическими. Масс-медиа являются одновременно и силой, консолидирующей и стабилизирующей общество, и мощным инструментом, используемым для достижения сиюминутных политических целей. Основными функциями средств коммуникации считаются: служение праву человека на получении информации и осуществление общественного контроля за действиями власти.

Несмотря на очевидно огромное влияние медиа во все времена, целенаправленное внимание ученые обратили на этот феномен только в середине XX века.

В 1960-е годы (корни уходят в 1940-е) в Канаде (в Университете Торонто) появилась группа ученых, занимающихся изучением влияния технологий на сознание человека и плоды его деятельности. Эти ученые претендовали на создание технического варианта антропологии, — версии развития человечества в связи с выдвиганием на первый план на разных этапах эволюции той или иной технологии. Гарольд Иннис, Маршалл Маклюэн, Ерик Хэйвлок, Джек Гуди, Иэн Уатт — именно эти люди, объединившиеся в Канаде, в Университете Торонто, в 1940-60 годы, привлекли внимание общественности к феномену медиа.

Основоположником теории глобального медиапространства считают Герберта Маршала Маклюэна, автора книги «Война и мир в глобальной деревне» (1967) и ряда других не потерявших популярности книг — «Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего» (1962), «Понимание медиа: Внешние расширения человека» (1964), «Медиа — это сообщение: Перечень последствий» (1967) и др.

Маршалл Маклюэн приобрел известность благодаря своему выражению «глобальная деревня», подразумевающего растущую тенденцию к общемировой культурной интеграции. Писатель Том Вульф однажды сказал, что считает Маклюэна самым выдающимся мыслителем, стоящим в одном ряду с Ньютоном, Дарвином, Фрейдом и Эйнштейном. Маклюэн предсказал эффект воздействия телевидения на общество, суть и природу рекламы, а также сорок лет назад ясно описал изменения в обществе, которые мы увидели совсем недавно, вместе с появлением Интернета (появление блогосферы и социальных сетей).

Основная идея его исследований может быть передана следующим: появление новых средств массовой коммуникации (телеграфа, телефона, радио и телевидения) практически сокрушило существующее время и пространство. Именно создание этих феноменов мгновенно связало людей во всем мире, стерло границы между днем и ночью и превратило весь мир в одну большую «глобальную деревню», в которой все, что происходит, сразу же, благодаря практически мгновенному распространению информации, становится известно всем ее жителям, а каждое новое событие сопрягается с другим.

Термин «медиапространство» не имеет конкретного определения и пока изучен очень неглубоко.

Понятие «пространство», само по себе, может использоваться в абсолютно разных сферах деятельности, начиная от математики («Евклидово пространство»), заканчивая психологией («Личностное пространство»). Однако, социологическая трактовка пространства является наиболее близкой к термину «медиапространство». Социальное пространство есть совокупность процессов, отношений и взаимозависимостей в социальной сфере, иерархически связанных между собой. Термин «социальное пространство» ввел немецкий социолог Фердинанд Теннис. Германский философ и культуролог Г. Зиммель написал работу «Социология пространства», в котором он определяет «социальное пространство» как «бездейственную форму, поле для социальных отношений». Позднее этот термин использовали М. Вебер, Э. О. Райт, Ф. Паркин и др. ученые. В конце XX в. Пьер Бурдьё, один из ярчайших французских социологов, дает следующее определение: социальное пространство – это своего рода среда, в которой осуществляются социальные отношения. Социальное пространство можно описать как совокупность полей (например, поле литературы, экономическое поле и т. п.), наполненными неким содержимым — капиталом. Именно распределение различных видов капитала (экономический, культурный, социальный, символический) в социальном пространстве и структурирует его. Получается, что по Бурдьё, социальное пространство структурируется различными полями, определяемыми неким содержимым, некой информацией. Т.е. помимо социальных отношений, социальное пространство наполнено так же и информацией.

Но существует и термин «информационное пространство». Это специфическая сфера деятельности субъектов общественной жизни, связанная с созданием, хранением, распространением, передачей, обработкой и использованием информации. Очевидно, что термины «социальное» и «информационное» пространство достаточно близки. Я считаю, что определение «медиапространства» находится одинаково близко к обоим из них. Таким образом, если «медиа» - это посредник, то «медиапространство» - это информационное пространство, создаваемое посредниками, передающими информацию (СМИ).

Таким образом, если медиапространство – это информационное пространство, создаваемое средствами массовой коммуникации, то глобальное медиапространство – это информационное пространство, создаваемое средствами массовой коммуникации, на всем Земном шаре. Практически в любой точке планеты можно легко получить доступ к событиям, происходящим на противоположной стороне земного шара, узнать последние новости, связаться с любым человеком. Все мы оказываемся объединены этой огромной сетью технологий, передающих информацию. Глобальное медиапространство – это и есть та самая сеть, которая объединяет все человечество. Изучение становления и механизмов функционирования глобального медиапространства является актуальной задачей современной науки.

Литература

1. Волков Ю.Г. Социология: Учебник. М.: Альфа-М: Инфра-М. 2010
2. Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. СПб.: Питер, 2007 – (серия «Школа национального лидера»)
3. Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. М.: РИП – холдинг. 2003
4. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего. М.: Академический Проект: Фонд «Мир». 2005
5. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.: Кучково поле. 2011
6. Бурдые П. Социология социального пространства. СПб.: Алетейя, 2007
7. Маршалл Маклюэн – философ и исследователь Медиа <http://www.mcluhan.ru/>