

## ЧЕЛОВЕК И МЕДИАСРЕДА: КОНСЕНСУС (НЕ)ВОЗМОЖЕН

*Барматова Светлана Петровна*

Брянский филиал Российской академии народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Брянск

Научную рефлексия, сформировавшуюся к сегодняшнему дню по поводу проблем изучения и управления медиасферой, можно описать одним выражением – попытка детским сачком остановить торнадо. Медиасфера (или – все-таки шире – глобальное медиапространство, или информационно-коммуникативное пространство – терминов достаточно, ученые используют их, согласно своим задачам и научным планам) уже давно стала самодостаточным, самоорганизующимся социальным пространством со своей логикой – сетевой, потоковой, ризомной, – диктующим эту логику всему остальному пространству, или «вписывающимся» данной логикой в те изменения, которые происходят со всей социальной структурой и социальным пространством общества (по версии, например, М. Кастельса [1]). Более того, происходит определенный процесс «самонастройки» медиасферы, медиапространства, во время которого это пространство, эта сфера еще только начинает проявлять свои возможности, создавать условия, при которых, например, каждый участник (или субъект?) данного пространства (сферы) может стать организатором своего канала или узла информации и коммуникации, стать «организатором смыслов», мини-комьюнити (примеров тому – уже множество, тот же блог). Еще одним направлением этого процесса настройки является возникновение феномена «множественных правд», что совершенно изменяет традиционную логику функционирования медиасреды или пространства, реализующуюся доселе. Немаловажными для описываемого процесса являются изменения, происходящие в лингвистике, – например, происходит стремительное изменение в самом языке, скорость языковой ассимиляции возросла кратно (для доказательства наличия такой ассимиляции достаточно посмотреть даже данный текст), при тенденции, скорее, не к упрощению языковой структуры, но адаптации ее под структурные параметры медиасферы, медиапространства.

Что на эту «самонастройку» может ответить социум? А отдельный индивид? Создается впечатление, что человек окончательно «попал в плен» к информации. Его взаимоотношения с информационной глобальностью мира зачастую напоминают усилия ребенка, случайно выпустившего из лампы злого джина, которой теперь совсем не собирается возвращаться обратно. Мало того, что индивид уже практически лишен возможности разобраться в истинности информации, тонет в гипертексте, еще и информационная глобальность уже «навязала» обществу новое стратификационное «измерение» индивида – «информационную компетентность», которая стала основой на разделение индивидов на «человека глобального» и «человека локального», основой нового варианта социального неравенства.

Усилия ученых, активно разрабатывающих в рамках коммуникативистики и других смежных с нею наук, занимающихся изучением коммуникации, такие новые ниши, как медиаэкология и медиагигиена, все-таки, в первую очередь, направлены на анализ самой медиасферы, медиапространства, глобального информационно-коммуникативного пространства, и тех рисков, которые общество испытывает от их функционирования. Множественный характер этих рисков, к которым, например, И. М. Дзялошинский отнес информационный потоп; ограничение доступа к информации; медиакратию; информационное неравенство; социальный инжиниринг; разрушение традиционной культуры; киберпреступность [2] (на наш взгляд, к этим рискам необходимо добавить и отсутствие международного законодательства по медиаэкологии), – указывают на то, что на данный момент времени ни на законодательном уровне, ни на уровне научной концептуализации еще не сформированы механизмы предотвращения этих рисков. А значит, процесс управления медиасферой (и – шире – глобальным информационным пространством) находится в состоянии относительной регуляции.

Все вышеизложенное резюмирует следующий вывод: необходима разработка комплексной, межотраслевой, международной стратегии медиаэкологии и управления медиасферой. Только при наличии такой стратегии, на наш взгляд, будет возможно говорить о том, что консенсус между человеком и медиасредой – возможен.

### Список литературы

1. *Кастельс, М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 458 с.
2. *Дзялошинский, И. М.* Лекции 3–4. Экология медиапространства / И. М. Дзялошинский. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://socinfo.my1.ru/index/kruglyj\\_stol\\_2015\\_lekcija\\_3\\_4/0-51](http://socinfo.my1.ru/index/kruglyj_stol_2015_lekcija_3_4/0-51).