

ГЛОКАЛЬНОСТЬ КАК МЕТАПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ МЕДИАСИСТЕМЫ В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ: РОССИЙСКАЯ СПЕЦИФИКА

М. Г. Шилина

*Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова,
Стремянный пер., 36, 115054, г. Москва, Россия,
SHilina.MG@rea.ru*

В статье впервые предложено применение концепции глокализации (по Р. Робертсону) для анализа современной медиасистемы в условиях Россия-центричных трансформаций после 2022 г. Автор доказывает релевантность применения глокальной концепции для медиасистемы, поскольку уже начиная с пост-ковидной реальности как периода формирования трансгрессивной, всепроникающей медиатизации, для анализа медиасистемы требуется релевантная метафокусировка. Обосновывается глокальный вектор исследований медиасистемы, вводится термин «глокальные исследования медиа» (англ. Glocal Media Studies): это сфера трансдисциплинарного изучения медиа в контексте трансформации эмпирических практик и норм, теоретических данных и концепций, сочетающих глобальные и локальные особенности на основе идеи Р. Робертсона о четырех полях глобализации (национальное общество, индивид, система национальных обществ, человечество в целом) в контексте их двустороннего взаимодействия. Применение глокальной оптики в итоге позволяет зафиксировать реверсивную специфику, доместикацию актуальных характеристик российской медиасистемы на полях национального общества и дать определение медиасистемы в контексте глокализации.

Ключевые слова: медиалогия; медиасистема; новая реальность; глокализация; глокальный поворот; российская медиасистема; доместикация.

ГЛОКАЛЬНОСТЬ ЯК МЕТАПОДХІД ДО ДАСЛЕДОВАВАННЯ МЕДІАСІСТЕМИ У НОВІЙ РЕАЛЬНОСТІ: РАСІЙСЬКА СПЕЦИФІКА

М. Р. Шыліна

*Російські економічні університет імя Г. В. Плеханова,
Стреляний зав., 36, 115054, г. Москва, Росія,
SHilina.MG@rea.ru*

У артыкуле ўпершыню прапанавана прымяненне канцэпцыі глакалізацыі (паводле Р. Робертсана) для аналізу сучаснай медыясістэмы ва ўмовах Расія-цэнтральных трансфармацый пасля 2022 г. Аўтар даказвае рэlevantнасць прымянення глакальнай канцэпцыі для медыясістэмы, паколькі ўжо пачынаючы з посткавідной рэальнасці як перыяду фармавання трансгрэсіўнай, усёпранікальнай медыятызацыі, для аналізу медыясістэмы трэба будзе рэlevantная метафакусіроўка. Абгрунтоўваецца глакальны вектар даследаванняў медыясістэмы, уводзіцца тэрмін «глакальныя даследаванні медыя» (англ.: Glocal Media Studies): гэта сфера трансдысцыплінарнага вывучэння медыя ў кантэксце трансфармацыі эмпірычных практык і норм, тэарэтычных звестак і канцэпцый, якія спалучаюць глабальныя і лакальныя асаблівасці на аснове ідэі Р. Робертсана аб чатырох палях глакалізацыі (нацыянальнае грамадства, індывід, сістэма нацыянальных таварыстваў, чалавечтва ў цэлым) у кантэксце іх двухбаковага ўзаемадзеяння. Прымяненне глакальнай оптыкі ў выніку дазваляе зафіксаваць рэверсіўную спецыфіку, дамістыкацыю актуальных характарыстык расійскай медыясістэмы на палях нацыянальнага грамадства і даць вызначэнне медыясістэмы ў кантэксце глакалізацыі.

Ключавыя словы: медыялогія; медыясістэма; новая рэальнасць; глакалізацыя; глакальны паварот; расійская медыясістэма; дамістыкацыя.

В исследованиях медиа в новой реальности после 2022 г. мировая реконфигурация во всех сферах жизнедеятельности и специфическая Россия-центричность обуславливают необходимость релевантной новой оптики в глобальном контексте, базовым объектом которой априорно становится национальная медиасистема, в особенности российская.

Понятие медиасистемы как одно из существенных понятий медиалогии до сего дня является дискуссионным и не обрело общепризнанной дефиниции, несмотря на то, что изучение современных медиасистем как явления, начавшееся с 2000-х, спровоцировало весьма активную научную дискуссию, которая продолжается до сего дня.

В рамках данного исследования применим максимально обобщенное описание этого феномена: медиасистема есть «сложная многоуровневая и многовекторная среда, образованная медиаинститутами в их взаимодействии между собой и во взаимодействии с обществом, другими его институтами, а также индивидуумами/гражданами (аудиторией), взаимосвязанной и конкурентной системой предприятий медиарынка (включающего в себя как отдельные типологические сегменты традиционных СМИ и новых медиа – прессу, телерадиовещание, онлайн-СМИ, так и инфраструктурные предприятия, то есть производящие компании),

определенными профессиональными сообществами и видами деятельности по созданию, производству и распространению медиапродуктов и медиауслуг» [1, с. 52].

В зарубежном академическом дискурсе возможно зафиксировать неоднородность подходов, что связано, в первую очередь, со спецификой функционирования массмедиа в различных национальных государствах Глобального Севера и их отличиях от медиасистем Глобального Юга, которые в своем бытовании более разнообразны.

С началом процессов глобализации и цифровизации зарубежные медиасистемы в развитых экономиках и ряде стран Глобального Юга, например, Индии, расширяются до наднациональных. Цифровая трансформация медиа обуславливает их динамичность, диффузность и глобальность. Формируются транснациональные и глобальные медиаструктуры и медиаформаты, что определяет нерелевантность традиционных подходов к изучению национальной медиасистемы, которая в классических исследованиях рассматривается как совокупность статичных элементов, функционирующих в национальном контексте.

В российском академическом дискурсе трактовки медиасистемы связаны исторически с ее социальными эффектами, с параметрами медиатизации. Отметим, что даже дискуссия о включении в структуру отечественной медиасистемы рекламы и связей с общественностью как ее элементов, представляется как раз рудиментом классического подхода к практике и теории медиа как к социальному институту вертикального государственного управления, без учета основополагающей функции медиасистемы: экономической. Новейшие результаты исследований медиасистемы России представлял достаточно комплексную картину [1] и фиксируют, что к началу 2020-х г. сложилась демократически ориентированная гибридная двухуровневая медиасистема (англ. Hybrid Two-Tier Media System, HTTMS), с характерными для информационного сетевого общества особенностями. В целом исследователи медиасистемы России (и других стран СНГ, в частности, Республики Беларусь) ориентированы на выявление «внутренних» характеристик системы.

С 2022 г. российская медиасистема изменяется в соответствии с внешними вызовами, формируются новейшие ее характеристики, которые, как и специфику любой иной отечественной индустрии, возможно обозначить как ориентиров на суверенитет, в первую очередь креативный, который все более важен не только локально, но и глобально.

В целом в новейший период с начала XXI в. современные исследовательские подходы к изучению медиасистемы как эмпирического и теоретического феномена обозначают как традиционные, нацеленные на анализ системы медиа как статичной системы элементов, и более гибкие, которые направлены на оценку динамики параметров медиасистемы с учетом изменений внешнего контекста.

С точки зрения уровней исследования представляется возможным определить подходы как микро (на уровне индивида), мезо (на уровне медиаструктуры), макро (на уровне государства, национальной медиасистемы), однако в цифровую эпоху, уже начиная с пост-ковидной реальности, которую автор определяет как период трансгрессивной, всепроникающей медиатизации, требуется метафокусировка и глобальный подход.

Исследование медиасистемы в современном метаконтексте представляется возможным на основе применения концепций, которые апробированы для анализа глобальных процессов с 1970–1980-х гг. в мире и в советской России. Исследовательский дискурс глобалистики в новый период истории формируется после Второй мировой войны на начальном этапе и активизируется после ухода СССР и социалистической системы с мировой арены. Концепция глобализации как метаконцепция, описывающая осознание мира как целого, объясняющая процессы, в первую очередь, в экономике и политике, не вполне объясняла при этом весьма противоречивые процессы в обществе, специфику культурно-цивилизационного взаимодействия, предлагая междисциплинарность, а не целостный, холистический взгляд. Эти существенные лакуны осознания глобалистики с социо-гуманитарных позиций восполнили работы британского социолога Роланда Робертсона [10], изучавшего специфику процессов глобализации по всему миру, в том числе, в странах третьего мира.

Противоречивый характер развития глобализации как очередного этапа неолиберального капитализма Р. Робертсон впервые предложил обозначить термином «глокализация», объединяющим глобальное и локальное. Концепция глокализации предполагала многоуровневый подход к ее изучению. Ученый выделил четыре поля глобализации, характеризующие глокальность: национальное общество, индивид, система национальных обществ, человечество как таковое. Процессы двустороннего взаимодействия и взаимовлияния в этих четырех полях определяют динамику феноменов глобализации и глокализации. Р. Роберт-

сон считал глобализацию процессом неоднородным, гетерогенным (что и являлось одной из предпосылок разработки концепции глокализации), специфический дискурс глокализации отражает конфликты глобального и локального и т. д. Существенным для ученого являлся не междисциплинарный подход, ограниченный в итоге рамками определенных дисциплин, но трансдисциплинарный и кросс-культурный как более целостные.

Практики новейшего этапа глобализации подтверждают релевантность идей Р. Робертсона для медиасистем, поскольку именно сопряженность глобального и локального характерна для глобальных и национальных индустрий и рынков, в том числе для медиаиндустрии. При этом, с одной стороны, именно благодаря национальным медиасистемам потоки информации и медиаконтента поддерживают процессы глобализации, стирающей границы между странами, их национальными экономиками и культурами, и медиасистемами, позволяя определять всеобщую идентичность для граждан государств как граждан мира. С другой стороны, растущая поляризация во всех сферах определяет для национальных государств особое внимание к укреплению национальной идентичности и суверенитета. Иными словами, современная национальная медиасистема выполняет двойственную функцию, реверсивно включаясь в глобальные процессы, что подтверждает релевантность глокальной фокусировки исследования.

В новой реальности, когда идет глобальная реконфигурация политэкономических и социокультурных отношений, которые обусловлены Россия-центричностью, глокализация медиасистемы приобретает еще более существенную значимость, а ее исследования в глокальной парадигме получают особую методологическую релевантность.

Глокальный вектор медиаисследований, основанный на концепции Р. Робертсона, обозначим как сферу изучения медиасистемы, которая базируется на анализе четырех полей глобализации (национальное общество, индивид, система национальных обществ, человечество в целом) в контексте их двустороннего взаимодействия. Определим глокальные исследования медиа (англ. Glocal Media Studies) как сферу трансдисциплинарного изучения медиа в контексте трансформации эмпирических практик и норм и теоретических данных и концепций, сочетающих глобальные и локальные особенности.

Каковы характеристики медиасистемы в контексте глокализации? Применим предложенный методологический подход к анали-

зу новейших трансформаций российской медиасистемы после 2022 г. как существенного объекту исследования, поскольку в мире в целом и в медиасистемах происходит «глокальный поворот», обусловленный новейшей Россия-центричностью. Российскими исследователями зафиксирован переход от глобальных к национальным параметрам развития на всех уровнях медиасистемы (во многом начавшийся еще в период пандемийной трансгрессивной медиатизации): на смену глобализации медиаструктуры пришла локально-центричная структура (с уходом зарубежных медиакомпаний и социальных сетей); рекламный рынок представлен отечественным или новыми иностранными рекламодателями; контент с расширением влияния российских медийных структур и платформ изменился содержательно. В академической сфере отмечается переход от универсальных концепций к формированию национальных теорий, что отражает возвращение к нормативным подходам отечественных исследований, к социальной ответственности журналистики перед государством и нацией, к артикулированию ее воспитательной и образовательной роли. Применение глокальной оптики в итоге позволяет зафиксировать реверсивную специфику, доместикацию актуальных характеристик российской медиасистемы на полях национального общества.

Итак, медиасистему в контексте глокализации возможно определить как многоуровневую и многовекторную среду, которая образована приоритетно национальными медиаинститутами в их взаимодействии между собой и во взаимодействии с обществом, другими его институтами, индивидуумами/гражданами (аудиторией) с целью профессионального конкурентного создания, производства и распространения медиапродуктов и медиауслуг для поддержания национального суверенитета в ответ на вызовы глобальных трансформаций.

Таким образом, применение концепции глокализации является релевантным для изучения медиасистемы в условиях новой реальности.

Бібліографічні посилання

1. Отечественная теория медиа. Основные понятия: словарь / под ред. Е. Л. Варгановой. М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019.