

Секция «Философия. Культурология. Религиоведение»

Возникновение и основные понятия термина «медиатизация».

Нестерова Анастасия Романовна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский

факультет, Москва, Россия

E-mail: natsyas3@mail.ru

В сущности, весь человеческий опыт является опосредованным. Происходит это через социализацию и, в особенности, в процессе использования языка. Язык и память являются внутренне связанными, как у отдельной личности, так и у группы людей. В жизни человека язык является главным и первичным средством становления себя в окружающем социальном пространстве. Язык, по мысли Леви-Стросса, является машиной времени, позволяющей передавать социальные практики от поколения к поколению, а также обеспечивающей возможность разделения прошлого, настоящего и будущего.

Главная составляющая коммуникации-«сообщение». Существует множество каналов передачи сообщения, большое разнообразие каналов передачи непосредственно связано с техническим развитием. Степень того, как средство передачи изменяло пространственно-временные отношения зависит не столько от собственно содержания «сообщений», сколько от их формы и возможностей воспроизведения. Иннес, к примеру, показал, что использование для письма папируса существенно расширило возможности административных систем. Это было связано с тем, что папирус значительно облегчил транспортировку, накопление и воспроизведение материалов, которые уже были в работе. Аналогично появление телеграфа значительно ускорило процесс передачи сообщения. Постоянное развитие и расширение современных каналов передачи сообщений непосредственно связано с огромным ростом процессов опосредования опыта, которые были привнесены этими формами коммуникации.

Во второй половине 20-го века в связи с электронно-информационной революцией, социологи, психологи, философы, обратили свое внимание на усложнение характера коммуникации в историческом развитии человеческого общества. В результате отрывается новая сфера исследований - коммуникативистика.

Изучая и осваивая их теоретический опыт, коммуникативистика обретает возможность создания и развития собственных компаративистских методов исследования медиа в их локально-особенных и общих трансграничных формах, благодаря которым, постепенно медиатизация культур может превращаться медиатизацию всего жизненного пространства для человечества в целом.

Что такое медиация и медиатизация в трактовке современных исследователей? Как известно, в общественно-политической лексике слово "медиация" (mediation) означает посредничество в спорах или конфликтах, когда третья сторона выясняет отношение и примиряет спорящих. В коммуникативистике медиация ассоциируется с посреднической ролью масс-медиа, которые информационным путем выясняют суть конфликтов, способствуют или препятствуют их разрешению. Но понятие медиации может трактоваться и как проявление преобразующей функции СМИ, которые в процессе сбора, обработки ("фильтрации") и передачи информационных данных о фактах реальности

способны их видоизменять (или исказить), отдавая им свои медиатированные значения (mediated meanings), возникающие в ходе фабрикации мнимых образов (событий) реальности. Исследователи, критикующие процессы такого рода для подчеркивания интенсивности их влияния на общественное сознание и бытие, на судьбы культуры, употребляют термин mediatization (медиатизация), полагая, что это слово яснее подчеркивает растущее подчинение влиянию масс-медиа всего современного жизненного пространства.

Мир современной массовой коммуникации- это мир индетерминизма, где по-новому интерпретируются соотношения необходимости и случайности, где произвол отдельной личности способен дестабилизировать или, наоборот, уравновесить систему социальных связей и отношений. В период социального динамизма и обострения социальной неоднородности особенно становится необходимым воздействие личностей, которые через СМИ могут задавать обществу или группе оптимальный характер социальной мобильности.

Литература

1. Андрианова, Т. В. Современные тенденции информатизации и медиатизация общества Текст. / Т.В. Андрианова, А.И. Ракитов // Научно-аналитический обзор. М.: ИНИОН. - 1991.-
2. Багиров Э.Г. Место телевидения в средствах массовой информации и пропаганды. М.: Изд-во МГУ, 1987. - 224 с.
3. Бондаренко В.М. Информационное общество для всех информационное общество для каждого человека в отдельности // Информационное общество.-2001.- 1.-С. 34-36.
4. Варганова Е. Л. Новые проблемы и новые приоритеты цифровой эпохи // Информационное общество. 2001. - 3. - С. 14-28.
5. Ващекин Н.П. Философские аспекты информатизации общества //Философские науки. 1998. - 7. - С. 13-22.
6. Маклюэн Г. М.Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. — М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. — М.: «Аванти плюс», 2003