

Информационная элита как субъект общества коммуникационного изобилия

Научный руководитель – Коломиец Виктор Петрович

Васильева Юлия Сергеевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра рекламы и связей с общественностью, Москва, Россия

E-mail: chelnokova.yulia@gmail.com

Возросшее значение новых технологий в современном обществе дает возможность поставить естественный вопрос об актуальности осмысления места и роли новой информационной элиты в сфере информационной политики России. Проблема формирования и исследования данной категории элит является достаточно дискуссионной и сложной в методологическом плане.

СМИ являются важной составной частью системы современного общества. Их сущность, характер и функции в значительной степени определяются социально-политическим устройством общества.

В теоретическом плане возникает необходимость осмысления таких феноменов как пространство информационной элиты, проблемы социальных и интеллектуальных ресурсов в процессе формирования этих элит. Однако, стоит отметить, что сегодня достаточно мало говорят об информационных элитах, приобретающих в настоящий момент совершенно иной статус. Об особом значении в формировании общественного мнения и влиянии информационной элиты на общество писали: Д. Брукс, Дж. Кин[3], а так же Г.А. Белов, С.Г.Кара-Мурза, А.А.Мухин[5]. Поэтому важно рассмотреть определить основных носителей коммуникационных структур.

Прежде всего необходимо обозначить понятие «информационной элиты» или «медиа-элиты». В современных научных публикациях, информационной элитой называют высший слой задействованной в сфере массовой коммуникации интеллигенции. Такое определение мы можем встретить не только в отечественных работах, но и в зарубежных. Мы будем придерживаться наиболее распространенного в современной литературе понятия информационной элиты - это и журналисты, и продюсеры, и управляющий слой масс-медиа, и главные редакторы газет, радио, а так же авторы или «блоггеры» в сети Интернет, имеющие огромные аудитории людей или «подписчиков», а так же другие популярные персоны, которые рассматриваются как отдельная элитная группа. Сегодня «информационная элита» использует достижения культуры и превращает их в источник собственного дохода.

Многие исследователи говорят об обществе коммуникационного изобилия, решающим фактором развития которого стали существенные изменения в средствах коммуникации. Новая галактика медиа, насыщенная различного рода информацией, программами и жанрами и форматами этих программ, взять например, новости, развлекательные шоу, ток-шоу, социально-политические дебаты, - все это приучает людей следить за всем, что происходит в обществе, призывает к немедленной реакции, тем самым борется за внимание аудитории и создает ощущение включенности каждого в коммуникационный процесс. Информационное общество создает условия для реализации тенденции расширения участия масс в управлении жизнью общества.

Стремительное развитие средств массовой коммуникации изменило мировосприятие в следствие трансформации и "дегуманизации" культуры, сформировало новый виртуальный мир с помощью компьютерных технологий, в частности технологий Интернета.

Сегодня, вся медиасистема России претерпевает значительные преобразования, и ключевую роль в этом сыграли технические факторы, в частности, свободный доступ в сеть Интернет. По словам Эвана Уильямса, создателя Twitter и термина «блог»,: «поскольку Интернет учится обходить препятствия, доступа к интернету будет все больше и больше» [7].

[#_ftnref1](#)

Источники и литература

- 1) Андрунас Е.И. Информационная элита. М., 1991.
- 2) Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.
- 3) Кин Дж. Демократия и декаданс медиа [Текст] / пер. с англ. Д. Кралечкина; под науч. ред. А. Смирнова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015.
- 4) Маклюен М. Понимание медиа: Внешнее расширение человека. Москва-Жуковский. 2003.
- 5) Мухин А.А. Информационная война в России. М., 2000.
- 6) Brzezinski Zb. Between Two Ages. America's Role in the Technotronic Era. N. Y.; The Viking Press, 1970
- 7) International Herald Tribune (Paris), 2009. 17 December.
- 8) The Program on Information Resources Policy. Harvard University. Center for Information Policy Research. Cambridge. Mass., 1989
- 9) Tony Blair's "Media" Speech: The Prime Minister's Reuters Speech on Public Life // Political Quarterly. 2007. October/December. Vol. 78. No. 4.
- 10) <https://www.svoboda.org/a/28497260.html>
- 11) Брукс Д. Бобо в раю: откуда берется новая элита. М., 2013