

М. В. Загидуллина
Челябинский государственный университет
Челябинск (Россия)

МЕДИАЭСТЕТИКА: ЖУРНАЛИСТИКА В УСЛОВИЯХ РАСЦВЕТА ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЫ И ПРОБЛЕМАТИЗАЦИИ РЕАЛЬНОСТИ

*Исследование выполнено за счет гранта РФФ
(проект № 18-18-00007)*

Ключевые слова: оцифровка, философия кода, виртуализация, медиафилософия, медиаэстетика.

Предлагается обзор современного состояния медиаэстетики как перспективы развития массовых коммуникаций и журналистики. Автор исходит из философской позиции, сформулированной в начале XXI века Х.-У. Гумбрехтом (о производстве присутствия в условиях истончения привычных форм материального и их замены виртуальными формами). При этом социальный институт журналистики претерпевает сдвиг в сторону усиленного «производства присутствия» (компенсаторные формы социального интеракционизма). В связи с этим особое значение приобретает медиаэстетика как точка пересечения «присутствия» (эстетика в целом как воздействие на органы чувств реципиентов) и технологических форм обмена и взаимодействия участников коммуникации (медиа). В докладе предлагается обзор ключевых и влиятельных точек зрения на особенности развития современной журналистики как системы, обеспечивающей концепирование современности и способной улавливать скрытые тенденции развития современных публик в аспекте культуры медиапотребления [2–4]. Медиаэстетика при этом выступает чертой современных коммуникационных процессов, отражающей ключевые тенденции развития журналистики. В ситуации, когда проблематизируется профессионализм, целеполагание, этические аспекты журналистской деятельности, медиаэстетические аспекты коммуникации позволяют видеть общее состояние журналистских практик «поверх» этой пробле-

матизации и строить соответствующий прогноз развития отрасли. Построение модели состояния журналистики как социального института в глобальном смысле и в его национальной форме предполагает следование определенной логике: 1) рассмотрение вторжения технологий в повседневность как основной черты современной онтологии [1]; 2) выявление точек трансформации социального института журналистики под воздействием технологической реконфигурации общества (маппирование трансформаций); 3) установление особенностей массовой коммуникации, развивающейся в логике bottom-up, которые могут быть рассмотрены как индикаторы основных сдвигов в коммуникационном пространстве и – шире – стремительно медиатизирующей общественной жизни; 4) обнаружение слоев «воспроизводства присутствия» в медиатизированных коммуникациях; 5) анализ способов трансляции «присутствия» в журналистских практиках и оценка степени интенсивности этих процессов, а также возможностей конкурентного развития журналистской отрасли в ситуации давления непрофессиональных сред. В результате такого подхода возможно формулирование основных черт медиалогии современного этапа, характеризующегося расцветом медиаэстетических форм. Автор отталкивается от проблемного поля медиалогии (сформулировано Альтайдом и Шоу в 1979 году; уточнено для современной коммуникации Ван Дейком и Поэллом в 2013): медиа представляют собой не столько пространство конкурирующих систем (само)репрезентации, сколько среду обитания социальности как таковой, условия ее существования. Поэтому речь должна идти собственно о смене функций института журналистики в условиях технологических сдвигов: это не столько пространство сообщений о событиях (информации), сколько нервная система общественной жизни, оснащенная современными системами индикации, фиксирования данных, указывающих на значимые сдвиги в общественной жизни. В этой связи медиаэстетический компонент обретает новую нагрузку: так как эстетика напрямую связывает потребителя и контент, медиаэстетический анализ коммуникаций открывает перспективы своевременного улавливания главных особенностей «пульсирования» реальности.

Список литературы

1. Куртов М. Генезис графического пользовательского интерфейса. К теологии кода. СПб.: ТрансЛит, 2014.
2. Deuze Mark. Media Life. Cambridge: Polity Press, 2012.
3. Hepp Andreas. Cultures of Mediatization. Cambridge: Polity Press, 2013.
4. Krotz F. Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: VS, 2007.

Загидуллина Марина Викторовна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики и массовых коммуникаций, Челябинский государственный университет, mzagidullina@gmail.com.

Е. А. Зверева

*Тамбовский государственный университет
имени Г. Р. Державина
Тамбов (Россия)*

МЕДИАКОНТЕНТ ДЛЯ ПОКОЛЕНИЯ НОВЫХ МЕДИАПОТРЕБИТЕЛЕЙ: АНАЛИЗ ПРОЕКТОВ «АФИША» И «THE VILLAGE»

Ключевые слова: медиапотребление, поколение Y, многозадачность мышления, игровая реализация, интерактивность.

В сетевом пространстве современных мегаполисов сформировался и активно развивается феномен «новых городских медиа». Моделями для большинства локальных изданий послужили московские проекты «Афиша» и «The Village», которые сумели сконцентрировать вокруг себя читателей – современных жителей городов России, воспитывая аудиторию и определяя ее образ жизни. Проекты предлагают читателям новые форматы, отличительная черта которых – стремление к максимальной адаптации информации под конкретного потребителя с учетом принципов интерактивного соавторства.