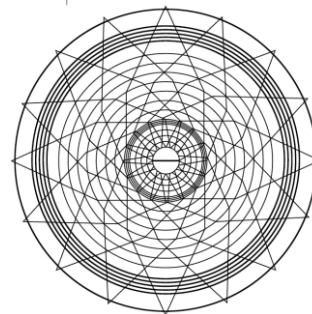


## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

Трансформация медианауки

в эпоху глобализации и цифровизации



## ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕДИАНАУКИ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИИ

**Кириллова Н. Б.**

доктор культурологии, профессор, заведующая кафедрой культурологии и социально-культурной деятельности Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия)

[n.b.kirillova@urfu.ru](mailto:n.b.kirillova@urfu.ru)

### Аннотация:

Актуальность исследования обусловлена тем, что в результате процессов глобализации и цифровизации меняются не только реальность и духовное бытие человека, но и медианаука, исследующая эти вопросы. На современном этапе информационной эпохи очевиден процесс интеграции разных гуманитарных наук, исследующих медиасферу в контексте развития гражданского общества. Междисциплинарность стала свидетельством того, что на рубеже XX–XXI веков формируется новая синтетическая наука глобализованного мира – медиалогия, основные концепты которой стали объектом данной статьи.

**Ключевые слова:** медианаука, глобализация, информационная эпоха, цифровизация, медиакультура, медиалогия, медиаобразование

### Введение

Для современного периода информационной эпохи характерно сочетание процессов глобализации и диверсификации под влиянием цифровой революции, которая в корне изменила бытие всего человечества. Масштабы медиатизации, благодаря которой планета превратилась в «глобальную деревню» (Маклюэн, 2003, с. 7), влияют на интеллект и жизнедеятельность человека, а медиасфера становится катализатором многих социально-культурных трансформаций.

Очевидным фактом является и расширение границ медианауки, которая прошла достаточно большой путь в XX–XXI веках. Первоначально исследователей интересовали артефакты коммуникаций: наскальные рисунки, летописи, рукописные книги, фольклор и т. д., – которые и по сей день остаются объектом внимания антропологов, историков, филологов, этнографов. На



## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

*Трансформация медианауки  
в эпоху глобализации и цифровизации*

следующих этапах информационно-технического прогресса ученых стали привлекать развитие всей системы массовой коммуникации и ее функционирование в обществе.

Степень научной разработанности проблемы и обзор литературы дают автору возможность выделить следующие концептуальные подходы, сложившиеся в истории изучения медиасферы. В первой половине XX века четко обозначились два направления. Научный метод, предложенный американскими социологами П. Лазарфельдом, Б. Р. Берельсоном и Г. Годэ (Lazarsfeld et al., 1944), состоял в том, чтобы определить степень воздействия массмедиа на личность. Второе направление связано с Франкфуртской школой социологических исследований, представленной трудами Т. Адорно и М. Хоркхаймера (Adorno & Horkheimer, 1944), Г. Маркузе (Marcuse, 1964) и др. Вслед за Х. Ортегой-и-Гассетом, зафиксировавшим в своей книге «Восстание масс» (1929) появление феномена «массовой культуры» и «массового сознания» (Ортега-и-Гассет, 2002), франкфуртцы провели критический анализ средств массовой коммуникации и их роли в развитии индустрии культуры как платформы «общества потребления». В 1960-е годы ими были опубликованы и представлены научной общественности труды немецкого философа и историка культуры В. Беньямина, написанные в 1920–1930-е годы. Так Вальтер Беньямин стал одной из ключевых фигур среди исследователей медиасферы благодаря своему эссе «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости» (1936). Главное в этой уникальной работе – анализ новой «тиражированной» культуры, основанной на синтезе техники и творчества. «Репродуцирование», по мнению философа, способствует исчезновению онтологических и социальных границ между копией и оригиналом, разрушая «ауру» произведения и обесценивая само понятие творчества (Беньямин, 1996, сс. 70–72).

Интенсивное изучение медиасферы шло во второй половине XX века благодаря канадскому социологу Г. М. Маклюэну, который ввел в научную лексику термин «media» и новые концепты: «media culture» и «media technology». Он посвятил их исследованию свои главные произведения, написанные в 1963–1964 гг.: «Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего» (Маклюэн, 2005) и «Понимание медиа: внешние расширения человека» (Маклюэн, 2003).

Изучение процессов медиатизации и формирование основ информационного общества было продолжено в трудах американских (Д. Белл, Э. Тоффлер, М. Кастельс) и немецких (Н. Больц, Р. Бергер и Т. Лукман, Н. Луман) социологов. Особое место в истории изучения медиасферы занимают труды по семиотике французских исследователей – Р. Барта (2008), Ж. Бодрийяра (2007), Ж. Делеза

## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

*Трансформация медианауки  
в эпоху глобализации и цифровизации*



(2004), Ж. Деррида (2007) и Ю. Кристевой (2004), в работах которых не только проанализирован язык «технических» культур, но и определена дифференциация знаковой системы традиционных (письменных) и аудиовизуальных медиа, репрезентующих реальность. Свой вклад в исследование диалогического контакта медийной культуры как основы языка ее восприятия и воздействия внесли М. М. Бахтин (2017), Л. С. Выготский (2016), Ю. М. Лотман (2000), О. Аронсон (2004) и другие отечественные ученые.

Отметим и такой факт: в середине XX века, когда вступила в свои права семиотика, параллельно с ней развивались кибернетика, изучающая процессы управления искусственным интеллектом и информационными системами, и информатика. Это задавало технологический базис науки о медиа. И все же ее развитие, как констатировал К. Э. Разлогов, «обусловлено социальными аспектами информационного общества и перспективами культурного прогресса в целом», а это доказывает, что «медиафера – явление социокультурное, а не естественно-научное» (Разлогов, 2006, сс. 3–4).

Анализ различных периодов в истории изучения медиаферы подтверждает, что проблемы медиа находятся в объекте исследования разных гуманитарных наук: истории и теории культуры, философии, семиотики и социологии. А в педагогике в последние десятилетия появилось особое направление – медиаобразование, основу которого заложили поиски и открытия ряда западноевропейских специалистов. В отечественной теории и практике также накоплен опыт медиаобразования, основные направления которого были скорректированы в начале нового тысячелетия Ассоциацией кинообразования и медиапедагогике, долгие годы возглавляемой профессором А. В. Федоровым. С 2005 года под его редакцией издается специализированный журнал «Медиаобразование»; с 2016 года журнал «Media Education» индексируется в международной базе Web of Science.

Междисциплинарный подход к изучению медиаферы на рубеже XX–XXI веков свидетельствует о том, что в гуманитаристике формируется новая синтетическая наука – медиалогия [media – множ. число от лат. medium + греч. logos]. Термин «mediology» впервые был введен французским политологом и социологом Режи Дебре в 1990 году для обозначения специфики учения о технических средствах, служащих для передачи традиций и знаний. Этому посвящено его исследование «Introduction a la Mediologie» (Debray, 2000).

Термин «медиалогия» появился и в лексике российских журналистов для обозначения системы анализа информации из разнообразных источников – печатных и электронных. Сложная концепция медиалогии как синтеза



## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

*Трансформация медианауки  
в эпоху глобализации и цифровизации*

гуманитарных наук, представленная автором впервые в 2012 году (Кириллова, 2012), была дополнена и обобщена в книге «Медиалогия: Наука глобализованного мира» (Кириллова, 2022). В связи с тем, что бытие новой науки в теоретическом пространстве гуманитаристики все еще остается дискуссионным, ее теоретические аспекты стали предметом данного исследования.

Методологической основой работы стала междисциплинарность, подразумевающая объединение общенаучных, культурологических, социологических, педагогических методов исследования. При этом интегральный (синергетический) подход является для автора методологическим основанием изучения медиалогии как синтетической гуманитарной науки, позволяя рассматривать весь комплекс взаимосвязей между медиасферой, обществом и личностью, процессами диалогизации культур в глобальном медиапространстве и множественностью траекторий духовной жизни человека как объекта и субъекта медиаполитики, медиаменеджмента и медиаобразования.

### **Эволюция медианауки: от медиакультуры к медиалогии**

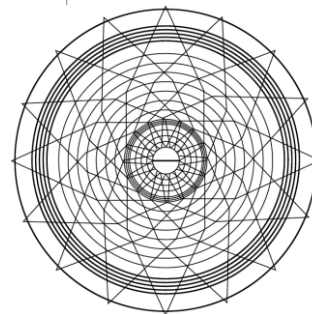
Отметим, что медиалогия как комплексная наука опирается на ту терминологию, которая формируется параллельно с медиатизацией общества. Термин «медиа» [от лат. *medium* – средство, посредник], введенный в обиход Г. М. Маклюэном, постепенно стал использоваться сначала в журналистике, а затем в гуманитарной науке как синоним средств массовой коммуникации (*mass media*). Как известно, Маклюэн активизировал свою научную деятельность в 1950–60-е годы, когда в США и Европе процветала массовая культура – мир кино и телевидения, комиксов, рекламы и поп-музыки. Маклюэн стал писать об этом иллюзорном мире «общества потребления», акцентируя внимание на культурных клише разных медиа. Многие идеи Маклюэна воспринимаются сегодня как афоризмы: «Медиа – есть сообщение», «Язык медиа – это технология», «Все средства коммуникации – действующие метафоры», «Быть художником – значит управлять метафорами» (Маклюэн, 2003, с. 7; 9; 68; 78).

В соответствии с культуртипологией Маклюэна в истории медиа выделяются следующие периоды: 1) эпоха дописьменного варварства; 2) эпоха алфавита и фонетического письма; 3) письменно-печатная культура («Галактика Гутенберга»); 4) электронная культура («Галактика Маркони»). В новом тысячелетии существенное место в жизни человечества заняла «Галактика Интернет» (М. Кастельс, 2004). И хотя позиция Маклюэна неоднократно подвергалась критике со стороны историков и культурологов, в ней есть своя логика. И в этой связи можно согласиться с теми современными исследователями, которые

## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

*Трансформация медианауки  
в эпоху глобализации и цифровизации*



рассматривают историю культуры как «генезис социальной информации и ее носителей», доказывая, что «именно информационное бытие человека, а также его воспроизводство являются доминирующими факторами формирования его (человека) культурности и социальности» (Тхагапсоев и др., 2020, с. 82).

По мнению Маклюэна, медиа в процессе своего развития (особенно «коммуникационные гибриды», как он называл аудиовизуальные коммуникации) стремились завладеть сознанием потребителя, погружая его в виртуальный мир, действующий как наркотическое средство. Отсюда его знаменитое сравнение воздействий медиатехнологий с мифом о Нарциссе, который влюбился в собственное изображение (Маклюэн, 2003, сс. 50–58).

Гипертрофированность аудиовизуальных медиа отмечал и Ж. Бодрийяр, называя их «симулякрами», а сущность медиатизации определяя как «тотальную мифологическую систему» (Бодрийяр, 2007, с. 247). Об этом же размышляет Р. Барт, в интерпретации которого мир медиа мифологичен, так как «бесконечно суггестивен» (Барт, 2008, с. 29).

Ведущей парадигмой медиалогии является медиакультура, специфику которой автор определяет как «совокупность информационно-коммуникационных средств, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности» (Кириллова, 2008, с. 18). Медиакультура включает «культуру производства, передачи информации и культуру ее восприятия, выступая также показателем уровня развития личности, способной “читать”, анализировать, оценивать тот или иной медиатекст, заниматься медиаторством, усваивать новые знания посредством медиа» (Там же). Медиакультура как полифункциональная система развивается параллельно с институтами гражданского общества, выполняя при этом ряд социальных функций: информационную, коммуникативную, нормативную (идеологическую), релаксационную, креативную, интеграционную и посредническую (Там же, сс. 46–53).

Современный американский медиатеоретик Г. Дженкинс называет медиакультуру явлением «конвергентным», в котором сталкиваются старые и новые медиа. Он подвергает критике обличение «массового общества», заложенное Т. Адорно и М. Хоркхаймером (Adorno, 1944), в частности, их точку зрения на массовую культуру, ориентированную на «пассивного потребителя». По его мнению, «конвергентная культура – это главным образом переосмысление способов культурного производства, предполагающее свободное распространение контента в разных медиа». При этом Дженкинс не признает



## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

*Трансформация медианауки  
в эпоху глобализации и цифровизации*

цифровой революции, а считает, что старые медиа мирно уживаются с новыми, и что «конвергентная культура – это прежде всего культура (содержание), а не конкретные медиумы (формы/форматы)» (Дженкинс, 2019, с. 11).

Анализируя медиакультуру, нельзя не обратить внимание на эволюцию ее языка как знаковой системы. С информационно-семиотической точки зрения медиакультура предстает в трех основных аспектах: как система артефактов [лат. «arte» – искусственный и «factus» – сделанный], символов и знаков. А «всякая система, служащая целям коммуникации, – утверждал Ю. М. Лотман, – может быть определена как язык» (Лотман, 2000, с. 19). Исследуя язык произведений искусства, Лотман, как известно, доказал, что любые культурные явления «следует рассматривать как тексты, содержащие информацию и смысл» (Там же, с. 284). Поскольку «текст» – понятие многозначное, то исследователь имел в виду не только литературное произведение или статью, но и любой носитель информации, включая и современные электронные источники.

Таким образом, язык медиакультуры – это знаки и совокупности знаков («тексты»), в которых «зашифрована» социальная информация, то есть вложенные в них содержание, проблема, идея. Одним из «сквозных» здесь является вопрос об «идеологичности» текста и его воздействии. По М. М. Бахтину, текст идеологичен в том случае, если его идея – «это живое событие, разыгрывающееся в точке диалогической встречи двух или нескольких сознаний» (Бахтин, 2017, с. 130). Рассматривая тексты Ф. М. Достоевского, Бахтин ввел не только понятие «диалог» («диалогизм»), но и понятие «полифония».

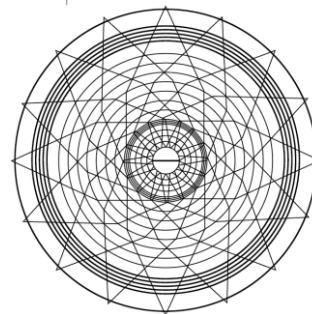
Это дало возможность Ю. Кристевой, последовательнице М. Бахтина, заглянуть «по ту сторону языка», выявить «довербальный» уровень существования субъекта, где господствует «бессознательное», и перейти к разрушению приоритета знака, перейдя тем самым от семиотики к «семанализу». Новаторство Кристевой в том, что она дифференцировала традиционную структуру текста, обозначив границы между «гипертекстом» и «интертекстом», «генотекстом» и «фенотекстом», которые соотносятся друг с другом как глубина и поверхность, как формула и символика. Тем самым она доказала, что любой текст является полилогом и представляет собой «особое устройство – площадку, на которую выходят разные идеологии, чтобы обескровить друг друга в противоборстве» (Кристева, 2004, с. 21).

Следует отметить существенное различие между языком аудиальных и визуальных медиа. В первых системах знаковыми факторами являются звук и время, которое выступает в двух измерениях – последовательности и одновременности. Визуальные системы связаны с пространством. При этом в

## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

*Трансформация медианауки  
в эпоху глобализации и цифровизации*



традиционных визуальных искусства (живопись, графика, плакат) доминируют иконические знаковые системы. А техническая аудиовизуальная культура, репродуцирующая реальность, связана с «фотогенией» (Л. Деллюк, 1924), то есть эстетикой кадра. Сегодня это свойство не только кино и телевидения, но и других аудиовизуальных средств коммуникации (видео, анимации, компьютерной графики, мессенджеров, социальных сетей и др.), «первокирпичиком» которых является кадр.

При этом фотокадр передает непосредственное впечатление от реального события, хотя он статичен. Кино динамично и использует кадр как «ячейку монтажа», что позволяет передать не только движение, но и впечатление от события, а также выявить его смысл (Эйзенштейн, 1964, с. 290). Телекадр дает возможность зрителю как бы включаться в «поток событий» и видеть его «изнутри». То есть кадр экрана, по мнению Ж. Делеза, дает нам «виртуальную видимость, которую населяют “образы-движения”, противоположные неподвижным срезам» (Делез, 2004, с. 20). В условиях глобализованного мира язык новых медиа трансформируется. Как отмечает известный медиолог Л. Манович, язык современного дигитального экрана, основанный на цифровом кодировании, «становится одной из форм диалога в дилемме “человек – машина”» (Манович, 2017).

Медиасемиотика тесно связана с медиафилософией, активным исследователем которой является В. В. Савчук. В отличие от теории коммуникации «медиафилософия не ставит вопрос о конкретных механизмах, процессах или СМК, ее предмет – конституирование индивидуального и социального тела, способы восприятия, мотивации и деятельности человека в условиях новых медиа» (Савчук, 2008, с. 10).

Объектом медиафилософии являются онтологические аспекты медиа. Так как онтология (от греч. *ontos* – сущее) – учение о бытии, принципах его строения, законах и формах, любое направление в медиафилософии приобретает онтологический характер, в том числе и изучение медиареальности. В XX веке с помощью разных медиа (печать, кино, ТВ, радио) переосмысливаются многие философские вопросы: «Что есть бытие? Что такое сущность? Время? Причина?» – и т. д. Сегодня эти вопросы в той или иной форме поднимаются в социальных сетях, блогосфере. Однако очевидно, что между научным пониманием картины мира и его «калькой» – медиареальностью – есть огромная разница, обусловленная объективными и субъективными причинами.

Вот почему в структуру медиалогии входит исследование медиареальности как новой социально-культурной среды обитания человека – параллельного,



## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

*Трансформация медианауки  
в эпоху глобализации и цифровизации*

виртуального мира, воспринимаемого зачастую как объективная реальность. Известный исследователь Интернета М. Кастельс утверждает, что мы живем в условиях особой культуры, которая «является виртуальной, поскольку строится, главным образом, на виртуальных процессах коммуникаций, управляемых электроникой... Эта виртуальность и есть наша реальность. Вот что отличает культуру информационной эпохи: именно через виртуальность мы в основном и производим наше творение смысла» (Кастельс, 2004, с. 237).

Однако мир виртуальной реальности, как уже было отмечено, есть не что иное как «симулякр» (от лат. *simulare* – притворяться), суть которого впервые была представлена в работе Ж. Бодрийяра «Симулякры и симуляции» (1981) и стала концептуальной в его теории коммуникации. По Бодрийяру, «гигантская модель симуляции смысла в массмедиа уничтожает не реальность, не некую ценностную субстанцию, <...> а символическое», которое является «потерей, разрушением ценности и позитивности знака» (Бодрийяр, 2007, с. 224). В этой связи отличительной особенностью медиареальности является и то, что она пропитана мифами, о чем писали многие исследователи. Причина в том, что между реальностью и человеком всегда есть посредник, помогающий индивиду эту реальность воспринять, выработать отношение к ней. Одной из таких форм, как отмечено, являются медиа, другой – миф (вымысел, иллюзия), в который можно «упаковать» реальность. Именно эту функцию медиа особо выделял Р. Барт в своей книге «Мифологии» (Барт, 2008). Таким образом, средства массовой коммуникации создают не только новую медиареальность, но и мифы, которые позволяют индивиду воспринимать действительность. А это значит, что мифы воздействуют на самого человека, влияя на его идеалы, мировоззрение, способствуя процессу его социализации.

Важным концептом медиалогии является «медиаполитика», связанная с системой управления медийной сферой, которая во многом зависит от социально-экономического развития общества, его правовой и политической культуры, взаимоотношений между государством и бизнесом и т. д.

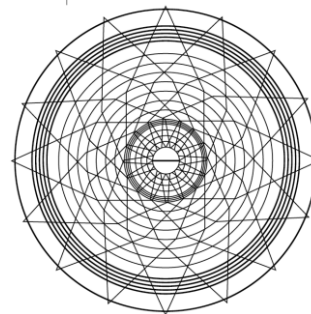
В Декларации Комитета министров Совета Европы «О правах человека и верховенстве права в информационном обществе», в которой информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) признаются «движущей силой построения информационного общества», способствующей «конвергенции различных средств коммуникации», заявлено, что «осуществление прав и свобод должно быть обеспечено для всех без исключения, независимо от используемых технических средств» (Декларация, 2005, с. 3).



## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

*Трансформация медианауки  
в эпоху глобализации и цифровизации*



В России законодательство по развитию массмедиа активно разрабатывается с 1990х годов, когда был принят целый ряд правовых документов, которые сформировали структуру медиаполитики в стране. Ее стержнем стал Закон РФ 1991 года «О средствах массовой информации» (с последними дополнениями, введенными в июне 2023 г.), основной идеей которого стали свобода печати и недопустимость цензуры. Философия свободы прессы, выведенной из-под контроля власти и поставленной на службу гражданскому обществу, способствовала формированию многих демократических институтов. Основные тезисы Закона вошли в статью 29 Конституции Российской Федерации (1993), в том числе в ее обновленный вариант 2020 года.

Для развития медиасферы в условиях информационного (гражданского) общества и охраны интеллектуальной собственности был принят Закон РФ «О правовой охране программ для ЭВМ и баз данных» (1992), а также Закон 1993 года «Об авторском праве и смежных правах» (сегодня это IV раздел ГК РФ). В 1995 году был принят еще один важный акт – Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации», который обеспечил правовые гарантии развития медийного пространства России (с 27 июля 2006 года действует ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»). В 1997 году Президент РФ подписал Указ «О переходе России к информационному обществу», за которым последовали и другие специализированные документы, включая «Концепцию государственной информационной политики» (1998) и «Доктрину информационной безопасности Российской Федерации» (2000). В настоящее время в правовом пространстве действуют Указ Президента РФ «Об утверждении доктрины информационной безопасности Российской Федерации» (2016) и Закон РФ «О безопасности критической информационной инфраструктуры Российской Федерации» (2017).

В указанных документах медиакультура и медиаполитика государства воспринимаются как определяющее условие реализации созидательного потенциала личности и общества, как гуманистический ориентир и критерий развития человека в новой информационной реальности.

С медиаполитикой тесно связан медиаменеджмент как совокупность разных форм и методов управленческой деятельности в условиях медиарынка. Система медиаменеджмента включает в себя следующие параметры: 1) социальный и экономический институт, влияющий на образ жизни, сферу культуры и политики, предпринимательскую деятельность; 2) совокупность лиц, занятых управленческим трудом в сфере не материального, а духовного производства и распространения медиапродукции; 3) научную дисциплину, изучающую технико-



## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

*Трансформация медианауки  
в эпоху глобализации и цифровизации*

организационные и социально-экономические аспекты управления медиасферой, процессами производства и потребления информации, воздействия ИКТ на общество и т. д. (Кириллова, 2012, с. 255).

Медиаменеджмент – это интегрирующая система, включающая весь процесс взаимодействий разных медиаструктур и организаций с государством и обществом, внешней средой, рынками сбыта, системой маркетинга и PR-технологиями, наукой и образованием и т. д. Этому сегодня способствуют Интернет и электронный менеджмент, сетевые коммуникации и современная блогосфера.

Одним из самых актуальных направлений в системе образования и воспитания является медиапедагогика. Это связано с тем, что новые параметры бытия человечества потребовали перехода к особой стратегии гражданского общества, опирающейся на совокупность знаний, умений и эффективных информационно-коммуникационных технологий. А медиаобразование, позволяющее собрать воедино все компетенции, способствует формированию нового мышления и воспитанию креативной, профессионально подготовленной личности.

В трудах многих зарубежных исследователей и практиков отражены разные точки зрения на цели и задачи медиаобразования. Так, один из пионеров этого направления, английский медиапедагог Л. Мастерман акцентирует внимание на том, что «главная концепция медиаобразования – репрезентация», а цель – «формирование критического мышления аудитории» (Masterman, 1997). Идеи Мастермана в 1980–90-е годы объединили многих зарубежных медиапедагогов: С. Базэлгета, К. Уорснопа, Б. Дункана, Р. Кьюби, С. Фейлитзена, Э. Видона, Э. Харта и др. – и стали определенным стимулом для российских педагогов.

В новом тысячелетии появились и другие приоритетные направления в международной системе медиаобразования. Приобретение навыков в области информационно-коммуникационных технологий стало необходимым элементом образования специалиста любого профиля, но особенно представителя гуманитарной сферы. Так, Дж. Поттер предложил модель обучения цифровым медиа посредством «нового кураторства», которая была подхвачена педагогами разных стран как наиболее перспективная: на ее основе происходит пересмотр отношений «опыт, обучение и участие» (Potter, 2012, p. 114). А Х. Шмидтом обоснована теоретическая значимость и практическая необходимость создания в вузах образовательных программ по медиаграмотности, так как «навыки, связанные с медиакоммуникацией, становятся все более востребованными в

## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

*Трансформация медианауки  
в эпоху глобализации и цифровизации*



свете постоянного развития технологий и появления новых способов и средств коммуникации, как и новых профессий» (Schmidt, 2015, pp. 53–54).

Проблемы, с которыми сталкиваются многие медиапедагоги разных стран, как отмечает в своем исследовании С. Эшли, в большинстве своем стандартны: ограниченное для обучения время, большое количество учащихся и разный спектр способностей аудитории. В этой связи многие из опрошенных Эшли педагогов отмечают, что «занятия должны быть направлены на активное взаимодействие со средствами массовой информации и гражданской жизнью общества, при этом особое внимание на занятиях надо уделять текущим событиям и способам потребления учащимися разных медиа. Это очень важно в условиях демократии» (Ashley, 2015, p. 170).

Дискуссионной проблемой современного медиаобразования является использование социальных сетей в этом процессе, так как они вошли в повседневную жизнь подрастающего поколения. Исследования цифровой грамотности, как доказывает С. Талиб, свидетельствуют о «необходимости разработки таких инструментов и методов, которые помогают студентам стать умелыми “цифровыми гражданами”» (Talib, 2018, p. 55).

Как видим, в современных зарубежных исследованиях четко прослеживается мысль о том, что медиаобразование – самая гуманитарная форма педагогики, если оно ориентировано на практику, связанную с творческой самореализацией будущего специалиста и его конкурентоспособностью на рынке труда.

В постсоветской России, как известно, сложилось несколько направлений в медиапедагогике на основе кинообразования, которое было распространено в СССР: 1) профессиональное медиаобразование; 2) медиаобразование будущих педагогов в университетах, педагогических вузах, ИППК; 3) медиаобразование в структуре общего образования обучающихся в средних, средних специальных и высших учебных заведениях; 4) медиаобразование в культурно-досуговых центрах; 5) онлайн-медиаобразование; 6) самостоятельное (непрерывное) медиаобразование, которое осуществляется на протяжении всей жизни индивида.

В российской системе медиаобразования, которая более интенсивно стала развиваться в 2000-е годы, когда появились солидные научные исследования и медиашколы в разных регионах страны, хорошо известны труды О. А. Баранова, Е. А. Бондаренко, Е. Н. Вартановой, Н. И. Гендиной, Я. Н. Засурского, Н. Б. Кирилловой, А. П. Короченского, М. А. Мясниковой, А. П. Новиковой, С. Н. Пензина, В. Ф. Олешко, А. В. Федорова, Н. Ф. Хилько, И. В. Чельшевой, А. В. Шарикова, О. В. Шлыковой и др.



## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

*Трансформация медианауки  
в эпоху глобализации и цифровизации*

Главной целью медиаобразования, по мнению российских педагогов, является формирование медиаграмотности, медиакомпетентности обучающихся. Один из лидеров отечественной медиапедагогике А. В. Федоров считает, что именно медиакомпетентность «более точно определяет суть имеющихся у индивида умений использовать, критически анализировать, оценивать и передавать медиатексты в различных видах, формах и жанрах, анализировать сложные процессы функционирования медиа в социуме» (Федоров, 2007, с. 82). Именно поэтому ее можно рассматривать как «ключевой элемент в понятии гражданина глобализованного мира» (Там же).

Исследования, проведенные в разные годы Ассоциацией кинообразования и медиапедагогике, доказывают, что большинство российских медиапедагогов в своей деятельности ориентируются на решение следующих задач: развитие способности аудитории к критическому мышлению; подготовка учащихся к жизни в демократическом обществе; обучение языку медиа как фактору декодирования медиатекстов и их эстетическому восприятию; обучение аудитории теории и истории медиакультуры; развитие коммуникативных способностей личности; формирование у учащихся творческого мышления как способности к самовыражению с помощью разных медиа (Кириллова, 2008, с. 314).

Составной частью как современного отечественного медиаобразования, так и зарубежного стала цифровизация – «современный общемировой тренд развития общества, основанный на преобразовании информации в цифровую форму...» (Томюк, 2019, с. 422). Цифровизация образования – приоритетное направление образовательной политики государства, динамично развивающееся на основе понимания значимости цифровых ресурсов в обеспечении непрерывности, доступности и качества образования. А это свидетельствует, что «цифровая трансформация образовательной среды приносит и новые модели формирования ключевых компетенций у обучающихся как необходимого условия свободы выбора маршрута самоопределения» (Там же).

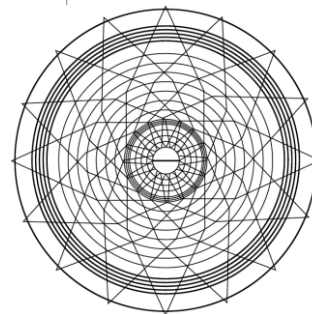
### **Заключение**

Подводя итоги исследования, можно сделать вывод о том, что результаты формирования теоретических основ медианауки на рубеже XX–XXI доказывают перспективы развития медиалогии как синтетической гуманитарной науки, способной объединить в учебном процессе многие дисциплины, включая теорию и историю медиакультуры, межкультурные коммуникации, медиаполитику и медиаменеджмент, а также медиапедагогике. Указанные направления стали основой комплексной медиапрограммы, которая апробируется в Уральском

## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

*Трансформация медианауки  
в эпоху глобализации и цифровизации*



федеральном университете имени Б. Н. Ельцина на базе департамента искусствоведения, культурологии и дизайна (Кириллова, 2022). Ее цель – помочь выпускникам стать полноценными специалистами не только в области культуры и менеджмента социально-культурной деятельности, но и в сфере массмедиа, что соответствует целям и задачам информационного общества.

В системе основных направлений российской культурной политики медиапедагогика оказывается все более востребованной и необходимой. В связи с тем, что базовыми факторами современного медиaprостранства стали аудиовизуальные технологии (интерактивная электронная среда, виртуальные коммуникации, интернет-ресурсы, онлайн-обучение и др.), именно они определяют основные параметры программ медиаобразования для школ и вузов гуманитарного профиля. Главной задачей при этом является цифровизация образовательной среды как фактор личностного и профессионального самоопределения обучающихся.

Ведущей целью комплексного медиаобразования является формирование медиакультуры личности, развитие ее творческого потенциала в социокультурной системе современного гражданского общества, то есть воспитание креативного гражданина, патриота и гуманиста.

### **БИБЛИОГРАФИЯ**

Архипова, А. С. (2020). Чем (не)опасна инфодемия: как и зачем исследуют фейковые сообщения и слухи во время пандемии. *Фольклор и антропология города*, 3(1–2), 190–202.

Аронсон, О. (2004). Язык времени. В Ж. Делез. *Кино* (Б. Скуратов, пер.). Ад Маргинем, (сс. 11–36).

Барт, Р. (2008). *Мифологии* (С. Зенкин, пер.). Академический проект.

Бахтин, М. М. (2017). *Проблемы поэтики Достоевского*. Азбука, Азбука-Аттикус.

Беньямин, В. (1996). *Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости*. Избранные эссе. Медиум.

Бодрийяр, Ж. (2007). К критике политической экономии знака (Д. Краличкин, пер.). Академический проект.

Выготский, Л. С. (2016). *Психология искусства*. Азбука.

Декларация Комитета министров Совета Европы о правах человека и верховенстве права в информационном обществе (2005). Издательство МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех».

Делез, Ж. (2004). *Кино*. Ад Маргинем.



## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

*Трансформация медианауки  
в эпоху глобализации и цифровизации*

Деллюк, Л. (1994). Фотогения кино (Т. Сорокина, пер.). Новые вехи.

Деррида, Ж. (2007). Позитивизм (В. Бибихин, пер.). Академический проект.

Дженкинс, Г. (2019). Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа (А. Гасилин, пер.). РИПОЛ классик.

Кастельс, М. (2004). Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе Под ред. В. Харитонов. У-Фактория.

Кириллова, Н. Б. (2008). Медиакультура: теория, история, практика. Академический проект.

Кириллова, Н. Б. (2012). Медиаология как синтез наук. Академический проект.

Кириллова, Н. Б. (2022). Медиаология: наука глобализованного мира. Академический проект.

Кристева, Ю. (2004). Избранные труды. Разрушение поэтики. РОССПЭН.

Лотман, Ю. М. (2000). Структура художественного текста. В Ю. М. Лотман, Об искусстве (сс. 14–285). Искусство.

Маклюэн, Г. М. (2005). Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего (И. Тюрина, пер.). Академический проект.

Маклюэн, Г. М. (2003). Понимание медиа: внешние расширения человека (В. Николаев, пер.). Канон-пресс-Ц.

Манович, Л. (2017). Теории софт-культуры. Красная ласточка.

Савчук, В. В. (2008). Медиафилософия: формирование дисциплины. В В. В. Савчук (ред.), Медиафилософия. Основные проблемы и понятия. Материалы международной научной конференции «Медиа как предмет философии». Издательство Санкт-Петербургского философского общества.

Ортега-и-Гассет, Х. (2002). Восстание масс. АСТ.

Разлогов, К. Э. (2006). (ред.), Электронная культура и экранное творчество. Академический проект: РИК.

Томюк, О. Н., Дьячкова, М. А., Кириллова, Н. Б., и Дудчик, А. Ю. (2019). Цифровизация образовательной среды как фактор личностного и профессионального самоопределения обучающихся. Перспективы науки и образования, 6(42), 422–434.

Тхагапсоев, Х. Г. и др (2020). Информационно-семиотическая теория культуры. Введение: монография. Астерион.

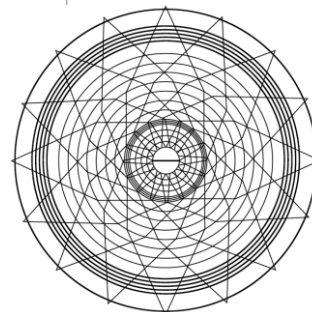
Федоров, А. В. (2007). Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. Издательство МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех».

## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

*Трансформация медианауки*

*в эпоху глобализации и цифровизации*



Эйзенштейн, С. М. (1964). Избранные произведения: в 6 т. 2. Искусство, 283–296.

Adorno, T., & Horkheimer, M. (1944). The Cultural Industry: Enlightenment as Mass Deception. In T. Adorno, & M. Horkheimer (Eds.), *Dialectic of Enlightenment*, 120–168. [https://monoskop.org/images/7/7e/Adorno\\_Theodor\\_Horkheimer\\_Max\\_1947\\_1989\\_The\\_Culture\\_Industry\\_Enlightenment\\_as\\_Mass\\_Deception.pdf](https://monoskop.org/images/7/7e/Adorno_Theodor_Horkheimer_Max_1947_1989_The_Culture_Industry_Enlightenment_as_Mass_Deception.pdf)

Ashley, S. (2015). Media Literacy in Action? What Are We Teaching in Introductory College Media Studies Courses? *Journalism & Mass Communication Educator*, 70(2), 161–173.

[https://scholarworks.boisestate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1089&context=communication\\_facpubs](https://scholarworks.boisestate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1089&context=communication_facpubs)

Debray, R. (2000). *Introduction a la Mediologie*. Presses Universitaires de France.

Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The People's Choice. How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign*. Columbia University Press.

Manovich, L. (2016). *The Science of Culture? Social Computing, Digital Humanities, and Cultural Analytics*. <http://manovich.net/index.php/projects/cultural-analytics-social-computing>

Marcuse, H. (1964). *One-Dimensional Man*. Beacon Press.

Masterman, L. (1997). A Rationale for Media Education. In R. Kubey (Ed.), *Media Literacy in the Information Age* (pp. 15–68). Transaction Publishers.

Potter, J. (2012). *Digital Media and Learner Identity: The New Curatorship*. Palgrave MacMillan.

Schmidt, H. C. (2015). Helping Students Understand Media: Examining the Efficacy of Interdisciplinary Media Training at the University Level. *Journal of Media Literacy Education*, 7(2), 50–68. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1074678.pdf>

Talib, S. (2018). Social media pedagogy: Applying an interdisciplinary approach to teach multimodal critical digital literacy. *E-Learning and Digital Media*, 15(2), 55–66. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2042753018756904>



## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

*Трансформация медианауки  
в эпоху глобализации и цифровизации*

# TRANSFORMATION OF MEDIA SCIENCE IN THE ERA OF GLOBALIZATION AND DIGITALIZATION

**Kirillova N. B.**

Doctor of Cultural Studies, Professor, Head of the  
Department of Cultural Studies and Socio-Cultural  
Activities at Ural Federal University named after the first  
President of Russia B.N. Yeltsin

(Yekaterinburg, Russia)

[n.b.kirillova@urfu.ru](mailto:n.b.kirillova@urfu.ru)

### **Abstract:**

The research is of particular relevance due to the fact that globalization and digitalization processes foster changes not only in the reality and spiritual being of a person, but also in media science that explores these issues. At the present stage of the information age, the process of integration of various human sciences exploring the media sphere in the context of the development of civil society is clearly manifested. This shift towards interdisciplinarity proves that at the turn of the XX-XXI centuries, medialogy, a new synthetic science of the globalized world, is being shaped. Its key concepts have become the object of our attention in this article.

**Keywords:** media science, globalization, information age, media culture, socio-cultural space, digitalization, media education

### **REFERENCES**

Adorno T., Horkheimer M. (1944) The cultural industry: enlightenment as mass despection. *Dialectic of Enlightenment*, 120–168.

[https://monoskop.org/images/7/7e/Adorno\\_Theodor\\_Horkheimer\\_Max\\_1947\\_1989\\_The\\_Culture\\_Industry\\_Enlightenment\\_as\\_Mass\\_Deception.pdf](https://monoskop.org/images/7/7e/Adorno_Theodor_Horkheimer_Max_1947_1989_The_Culture_Industry_Enlightenment_as_Mass_Deception.pdf)

Aronson O. (2004). *YAzyk vremeni. Delez ZH. Kino. Per. s franc. B. Skuratov. Ad-Marginem*, 11–36.

Ashley, S. (2015). Media Literacy in Action? What Are We Teaching in Introductory College Media Studies Courses? *Journalism, Mass Communication Educator*, 2(70), 161–173.

[https://scholarworks.boisestate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1089&context=communication\\_facpubs](https://scholarworks.boisestate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1089&context=communication_facpubs)

Bart R. (2008) *Mifologii*. Per. s franc. S. Zenkina. *Akademicheskij proekt*.

Bahtin M.M. (2017). *Problemy poetiki Dostoevskogo*. Azbuka, Azbuka-Attikus.

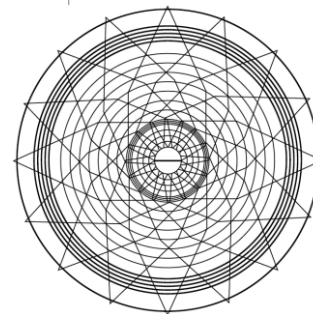


## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

*Трансформация медианауки*

*в эпоху глобализации и цифровизации*



Ben'yamin V. (1996). Proizvedenie iskusstva v epohu ego tekhnicheskoy vosproizvodimosti. Izbr. esse. Medium.

Bodriyyar ZH. (2007). K kritike politicheskoy ekonomii znaka. Per. s franc. D. Kralichkin. Akademicheskij proekt.

Vygotskij L.S. (2016). Psihologiya iskusstva. Azbuka.

Debray R. Introduction a la Mediologie (2000). Presses Universitaires de France.

Deklaraciya o pravah cheloveka i verhovenstve prava v informacionnom obshchestve (2005). Ros. komitet Programmy YUNESKO «Informaciya dlya vsekh».

Delez ZH. (2004) Kino. Ad-Marginem.

Dellyuk L. (1994). Fotogeniya kino. Per. s franc. T.I. Sorokina. Novye vekhi.

Derrida ZH. (2007). Pozicii. Per. s franc. V. Bibihina. Akademicheskij proekt.

Dzhenkins G. (2019). Konvergentnaya kul'tura. Stolknovenie staryh i novyh media. Per. s angl. A. Gasilina. «RIPOL klassik».

Ejzenshtejn S.M. (1964). Izbrannye proizvedeniya v 6 t.t. T. 2. Iskusstvo, 283–296.

Elektronnaya kul'tura i ekrannoe tvorchestvo (2006). Pod red. K.E. Razlogova. Akademicheskij proekt; RIK.

Fedorov A. V. (2007). Razvitie mediakompetentnosti i kriticheskogo myshleniya studentov pedagogicheskogo vuza. Izd-vo «Informaciya dlya vsekh».

Kastel's M. (2004). Galaktika Internet: Razmyshleniya ob Internete, biznese i obshchestve. Per. s angl. A. Matveeva. Pod red. V. Haritonova. U-Faktoriya.

Kirillova N. B. (2008). Mediakul'tura: teoriya, istoriya, praktika. Akademicheskij proekt.

Kirillova N.B. (2012). Medialogiya kak sintez nauk. Akademicheskij proekt.

Kirillova N.B. (2022). Medialogiya: Nauka globalizovannogo mira. Akademicheskij proekt.

Kristeva YU. (2004). Razrushenie poetiki. Izbr. trudy. ROSSPEN.

Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. (1944). The People's Choice. How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign. Columbia University Press.

Lotman YU.M. (2000). Struktura hudozhestvennogo teksta. Lotman YU.M. Ob iskusstve. Iskusstvo, 14–285.

Maklyuen G.M. (2005). Galaktika Gutenberga. Stanovlenie cheloveka pechatayushchego. Per. I.O. Tyurinoy. Akademicheskij proekt.

Maklyuen G. M. (2003). Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka. Per. s angl. V. Nikolaeva. Kanon-press-C.

Manovich L. (2017). Teorii soft-kul'tury. Krasnaya lastochka.



## [Научные статьи]

Кириллова Н. Б.

*Трансформация медианауки  
в эпоху глобализации и цифровизации*

Manovich, L. (2016) The Science of Culture? Social Computing, Digital Humanities, and Cultural Analytics. <http://manovich.net/index.php/projects/cultural-analytics-social-computing>

Marcuse H. (1964) One-Dimensional Man. Beacon Press.

Masterman L. (1997). A Rational for Media Education. Media Literacy in the Information Age. Transaction Publishers, 15–68.

Mediafilosofiya: formirovanie discipliny (2008). Mediafilosofiya. Osnovnye problemy i ponyatiya. Pod. red. V. V. Savchuka. Izd-vo Sankt-Peterburgskogo filosofskogo obshchestva.

Ortega-i-Gasset H. (2002). Vosstanie mass. AST.

Potter J. (2012). Digital Media and Learner Identity: The New Curatorship. Palgrave MacMillan.

Schmidt, H.C. (2015). Helping Students Understand Media: Examining the Efficacy of Interdisciplinary Media Training at the University Level. Journal of Media Literacy Education. 7(2). pp. 50-68). <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1074678.pdf>

Talib, S. (2018). Social media pedagogy: Applying an interdisciplinary approach to teach multimodal critical digital literacy. E-Learning and Digital Media. 2 (15). (pp. 55–66). <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2042753018756904>

Thagapsoev H.G., Astaf'eva O.N. i dr (2020). Informacionno-semioticheskaya teoriya kul'tury. Vvedenie: monografiya. Asterion.

Tomyuk O.N., D'yachkova M.A., Kirillova N.B., Dudchik A.YU. (2019). Cifrovizaciya obrazovatel'noj sredy kak faktor lichnostnogo i professional'nogo samoopredeleniya obuchayushchihsya. Perspektivy nauki i obrazovaniya. 6(42), 422-434.