Л. П. Марьина

Санкт-Петербургский государственный университет

СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ДИНАМИКА СМИ: ПОИСК НОВОЙ ЭПИСТЕМОЛОГИИ

В информационном обществе приоритетной ценностью становится знание. Его формирование имеет выраженную специфику в условиях современной «мозаичной» культуры (А. Моль): знания складываются из разрозненных обрывков, связанных простыми, чисто случайными отношениями. Средства массовой информации в этом процессе играют первостепенную роль, выступая генераторами и передатчиками новостей. Из всего объема информации аудитория выборочно запоминает отдельные факты, мнения и истории. Таким образом и создается «мозаичная» культура, которая генерирует новые программы деятельности, поведения и общения, порождает реальные изменения в жизни общества, реализуясь в соответствующих видах и формах человеческой активности.

Сегодня эпистемология, основанная на репрезентационной парадигме, не соответствует динамичному характеру современного общества. Она сменяется перформативной парадигмой, согласно которой познание не отражает, а создает реальность. Своеобразной формой познания действительности выступает журналистское произведение. Информационная реальность представляет собой постоянно движущийся поток событий, каждое из которых получает свое значение относительно будущего. В этом потоковом мире в расчет принимаются новости, а не истина.

Под воздействием глобализации на смену публицисту, специалисту, который компетентен в различных областях, пришел некий независимый журналист, шоумен, информатор-ретранслятор, бесстрастный модератор, медиа-бизнесмен, телекомментатор и ангажированный обозреватель.

Журналистика неразрывно связана с изменчивостью общественной жизни. Социокультурная динамика – нелинейный процесс, который трансформирует общественные явления и движения, воздействует на изменения общества в целом. Средства массовой информации и журналистика меняют свой облик под воздействием культурных, социальных, политических, экономических, технологических факторов. Важное место в журналистике занимают и внутренние силы, например, фактор личности.