Э. Г. Шестакова

Донецк, Украина

ПОНЯТИЕ «ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ» В ТЕОРИИ МАССМЕДИА

Массмедиа непосредственно «работают» с действительностью: тем, что определяется в качестве объективно существующей реальности, подлинного бытия. Для массмедиа фиксирование и объективное отражение действительности в медиатексте являются функционально определяющими. Событие и факт, взаимосвязанные с понятием действительности, актуализируют проблемы, сопряженные с информацией, дезинформацией, коммуникацией, влиянием, манипуляцией. Действительность отождествляется с реальностью и предстаёт в виде объективного гаранта подлинности, проверки профессиональности массмедиа, показателем доверия / недоверия к ним. Понятие «действительность» выступает в качестве изначально заданного краеугольного камня, обеспечивающего легитимность, значимость и стабильность многим проблемам теории массмедиа.

Упрочнение неклассического культурного сознания поставило задачу переосмысления понятия действительности в теории массмедиа. Развитие технологий, позволяющих «создавать реальность», их использование практикой массмедиа, привело к необходимости обоснованно дифференцировать многие понятия – «действительность», «реальность», «реальное», «виртуальное», «симулякр». В связи с этим такие понятия, как «событие», «факт», «информация», «коммуникация», «интерактивность» тоже должны быть актуализированы новым контекстом, для которого проблема действительности не является значимой лишь с точки зрения объективной подлинности. Новый контекст предполагает активизацию взгляда на действительность, для которого повышенную роль играет рецепция и играющий с медиатекстом субъект.

Синтез действительности, проявлений реального и массмедийности на территории реалити-шоу, деятельности публичных интеллектуалов, способных через прессу существенно влиять на социально-политическую жизнь общества, предполагает пересмотр целого ряда проблем теоретического характера.