Н. И. Клушина

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

ГУМАНИТАРНЫЕ СТРАТЕГИИ РОССИЙСКИХ СМИ

Прогнозируя и разрабатывая стратегии развития российских СМИ, необходимо как самостоятельные осознать и выделить гуманитарные стратегии, которые могут быть положены в основу современной гуманистической концепции СМИ.

Мы различаем цивилизационные стратегии СМИ, вписанные в антропоцентризм и направленные на расширение пределов человеческих возможностей, и гуманитарные стратегии СМИ, направленные на формирование гуманистической концепции СМИ: осознание человеком возможности духовного бытия в информационную эпоху.

Концепция Е. Л. Вартановой о человеке медийном сегодня получает дальнейшее развитие. Мы, разделяя идею о человеке медийном, постулируем и исследуем массмедийное сознание, которое является важной категорией для типологического деления СМИ на качественные, массовые и желтые и для интенциональной конфигурации медийного пространства, в котором мы выделяем информационный, публицистический и развлекательный субдискурсы.

 Массмедийное сознание в той или иной степени присуще как элите, так и обывателю. Но если элита для своего развития использует не только медийные когниции (т.е. элитарное сознание шире медийного), то обыденное сознание практически уравнивается с медийным. Мы не должны бороться с медийным сознанием, часто понимаемым как утилитарное, бездуховное, пошлое начало. Нам стоит понять, что массмедийное сознание в нашем обществе – это данность. Это не маргинальное, а закономерное развитие массового сознания (сознания масс!) в информационную эпоху под влиянием медиа, поэтому необходимо сосредоточиться не на его критике, а на его формировании и гуманизации.

Мы формулируем следующие главные, на наш взгляд, проблемы информационного общества, на которые прежде всего нужно было бы обратить внимание: редукционизм в формировании картины мира, потеря / размывание авторитетов, пренебрежение к автору / авторству и невнимание к эстетической составляющей СМИ.