Александр Анатольевич Марков

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

[mark08@list.ru](mailto:mark08@list.ru)

Галина Владимировна Краснова

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

[galino4ka.krasnova@gmail.com](mailto:galino4ka.krasnova@gmail.com)

**Данность и вызовы медийной системы в условиях дуальности информационной аудитории**

Статья посвящена проблемам развития информационной дуальности в современном информационном обществе. Особое внимание уделено негативным тенденциям развития новых медиа.

Ключевые слова: информационный контент, медиа, дуальность.

Качественной особенностью современного информационного общества является активное вовлечение пользователей медийного контента в различные процессы производства, потребления, оценки, анализа и реакции на данный контент. Сегодня аудитория способна фиксировать свое оценочное суждение и отношение к любым информационным продуктам в полной мере. Каждый индивидуум обладает достаточными информационными средствами и ресурсами, позволяющими ему активизировать свое субъективное отношение к информации. Большую роль в этом сыграла возможность использования новых медиа, которые априори включают в полный коммуникативный процесс как источник информации, так и ее потребителя [1]. Интернет-коммуникаторы, социальные сети, мобильные приложения, информационные порталы позволяют оперативно и объемно сфокусировать внимание заинтересованных субъектов, например, целевых аудиторий, на самом разнообразном контенте, поощряют изложение субъективных взглядов. Таким образом, можно утверждать, что в современных условиях стирается грань между производителями, поставщиками и пользователями информации. Каждый субъект может быть и тем, и другим, и третьим.

Подобная ситуация способствует демократизации и универсализации информационного пространства. Возможность открыто представить свои взгляды, собственное самовыражение, как некая медийная единица, открывает огромные возможности человеческой интеллектуальной и коммуникативной интеграции, а в ряде случаев, даже консолидации вокруг соответствующих идей, включая глобальные проблемы, тенденции развития, формируя неофициальных лидеров мнений, что способствует, при грамотном анализе, формировать соответствующую политику как в регионе, государстве, так и на международном уровне. Казалось бы, это должно способствовать прогрессу цивилизации, повышению ее интеллектуального сознания и выработке позитивных решений по различным аспектам жизнедеятельности индивидуума, социума, человечества в целом. Тем не менее, стоит признать, что современные медиавозможности используются не только для благих коммуникационных целей. Эффективно используется их способность деструктивно влиять на существующий порядок и ценности, принятые или декларируемые различными общественными институтами. Особенно это заметно на фоне участившихся информационных противоборств, которые могут охватывать как отдельных индивидуумов, так и социальные группы и сообщества [2]. Информация все более приобретает вид некой таргетированности, нацеливаясь на любой объект в интересах собственника информационных ресурсов [3]. Среди таких объектов могут быть национальные интересы, онтологические ценности, общественные устои и традиции, история этноса и т.д. Как никогда ранее, новые медиа способны создавать качественно особые модели поведения, формировать мировоззрение и пр. Для этого необходима не интеллектуальная начинка в информационном контенте, не разумеющейся анализ, не искреннее желание постичь проблему и помочь в ней разобраться, а всего лишь количественное наличие медийных ресурсов, которые именно массовостью способны закреплять в обществе любую идиому, даже крайне негативную или кощунственную.

Таким образом, современная цивилизация может быть втянута в процессы, разрушающие идентичность, не говоря уже о подобной проблеме для различных этносов, а информационные блага и возможности могут обернуться катастрофой. Поэтому, воспринимая современное медийное общество как дуальность создателей и потребителей информационного контента, уже сейчас важно выстраивать надлежащие правила информационного поведения для всех участников информационных процессов – не только для производителей информации, но и для ретрансляторов. Необходимо также международное сотрудничество в области проблематики интернет-контента. Вероятны юридические ограничения в отношении деструктивной информации (например, носящей экстремистский характер). Только в таком случае мы можем говорить о цивилизационном и позитивном развитии медийной экосистемы.

Литература

1. Лозовский Б.Н. Новые медиа и общественный интерес // Цифровые трансформации СМИ: региональный, национальный и глобальный аспекты. Десятые международные научные чтения в Москве. Тезисы. М., 2018. С.181–182.

2. Шестаков А.Н. Новые медиа – новая философия потребления информации // Актуальные проблемы социальной коммуникации. Материалы второй Международной научно-практической конференции. Нижний Новгород, 2011. С.179–181.

3. Шкондин М.В. Информационный потенциал общества и концепты целостности медиасистемы // Вопросы теории и практики журналистики. Т.4. № 4. 2015. С.335–348.