

ВЛИЯНИЕ НОВЫХ МЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ГЛОБАЛЬНОМ КОНТЕКСТЕ

IMPACT OF NEW MASS MEDIA ON INTERCULTURAL COMMUNICATION IN THE GLOBAL CONTEXT

I. Belyakova

Summary. Fast development of new mass media in the past decades became the main force accelerating globalization process. Using the world research results in this area with the help of historical and comparative analysis the author substantiates the hypothesis that new mass media has raised individual intercultural communication to the highly interconnected and complex level, at the same time giving rise to a lot of problems. The author analyzes interrelation between globalization and new mass media from the point of view its complex effect on intercultural communication and makes the conclusion about the importance of parallel study of interrelation of national / ethnic culture and new mass media and the influence of new mass media on different aspects of intercultural communication.

Keywords: intercultural communication, culture, globalization, new mass media, cultural identity.

Белякова Ирина Геннадиевна

*К.псх.н., доцент, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ
ig.belyakova@migsu.ru*

Аннотация: Стремительное развитие новых медийных технологий в последние десятилетия стало основной силой, ускоряющей процесс глобализации. Используя результаты мировых исследований в этом вопросе с помощью исторического и сопоставительного анализа автор обосновывает гипотезу о том, что новые медийные технологии подняли межкультурные взаимодействия индивида и общества на сильно взаимосвязанный и сложный уровень, одновременно порождая множество проблем. Автор анализирует взаимосвязь глобализации и новых медийных технологий с позиции их комплексного воздействия на межкультурную коммуникацию и делает вывод о важности параллельного изучения взаимовлияния национальной \ этнической культуры на новые медийные технологии, а также влияния новых медийных технологий на различные аспекты межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, культура, глобализация, новые медийные технологии, культурная идентичность.

История человеческой коммуникации берет свое начало в устной или разговорной коммуникации. С ходом истории распространение сообщений развивалось от устной передачи до рукописной и печатной формы, затем посредством проводных и беспроводных электронных устройств и, наконец, цифровой коммуникации. Величайшим изменением в распространении сообщений стало появление компьютеров и интернета в начале 90-х годов. С этого момента радикальное изменение коммуникационной среды кардинальным образом повлияло на восприятие индивидом времени и пространства, самих средств коммуникации, их досягаемости и способов управления.

В современный период цифровой коммуникации время передачи сообщений сократилось за счет уменьшения расстояния между точками в пространстве, и это новое чувство пространства заставляет людей почувствовать ненужность местного, национального и глобального пространств [5, с. 29]. Кроме того, досягаемость цифровых средств коммуникации позволяет вовлечь огромное количество людей, а не ограниченную аудиторию. Это является очень важным моментом, так как без ограничения времени и пространства, контроль за производством и распространением информации больше

не является привилегией государства, правительства, церкви, а, наоборот, равноценно разделен между всеми индивидами.

Все инновации в цифровых информационных технологиях изменяют и продолжают менять способ мышления, действий и жизни индивидов. Например, цифровые технологии в качестве гибрида печатных и электронных средств в бинарном коде конвертирует аналоговый код в цифровой, что требует абсолютно иной режим производства и распределения информации.

Согласно Г. Чену влияние цифровых или новых медийных технологий на человеческое общество проявляется в аспектах познания, социальных последствий и новой форме эстетики [1, с. 5]. С точки зрения познания от новых медийных технологий требуется нелинейная, объемная природа и создание ожиданий контента, который напрямую воздействует на способ их использования. С точки зрения социальных эффектов наиболее заметное влияние новых медийных технологий проявляется в эффекте демассификации, проявляющимся в том, что традиционный дизайн для большой гомогенной аудитории исчезает и постепенно вытесняется особым и индивидуальным доступным обращением, позволяю-

щим создать нужное послание [6, с. 37]. С точки зрения визуальной эстетики новые медийные технологии предлагают новый цифровой эстетический вид, подразумевающий, к примеру, интерактивность, разнообразные манипуляции, создание виртуального опыта, выборочное обследование как средство создания нового контента [2, с. 95].

Новые медийные технологии представляют основную силу, ускоряющую путь на глобализацию в человеческом обществе; именно этот путь привел к трансформации всех аспектов общества. Например, с социальных и культурных позиций глобализация изменила восприятие того, что есть сообщество, по — новому определила значение культурной идентичности и гражданского общества, и потребовала от нас новый способ межкультурной коммуникации [3, с. 803]. С экономической точки зрения, значительно усилилась глобальная конкуренция. Для того, чтобы добиться успеха в глобальном бизнесе, от компаний требуется не только разбираться в местных рынках, чтобы отвечать требованиям «глобальных» клиентов, но также искать так называемые открытые рынки и совершенствовать эффективное управление в глобальных бизнес-транзакциях [4, с. 35]. В сумме благодаря тяговой силе новых медийных технологий, глобальная тенденция создает новые социальные сети и виды деятельности, переформирует политические, культурные, экономические, географические и другие границы человеческого общества, интенсифицирует и ускоряет социальные обмены и вовлекает микро — структуры индивидуальности и макро — структуры сообщества [9, с. 15].

К сожалению, с точки зрения научной перспективы традиционные исследования редко соединяли два понятия «медийные технологии» и «глобализация» [7, с. 108]. Три установившихся академических поля включали исследования межкультурной коммуникации, медийные и культурные исследования и изучение глобализации. Исследования коммуникации начались после второй мировой войны и стали академическим направлением исследования в США. Начавшись с изучения международной коммуникации и речевой коммуникации, а затем и межкультурной коммуникации, академические исследования коммуникации, как правило, игнорировали взаимоотношения между людьми и информационными технологиями и то, как люди используют информационные технологии в различных контекстах и каким образом все это соотносится с глобализацией человеческого общества.

Область медийных и культурных исследований возникла в 70-х годах в Великобритании в противовес исследованиям коммуникации в США, которые в основном ориентировались на эмпирическую парадигму. Иссле-

дования британцев в области медийных технологий фокусировались на роли медийных институтов в процессе глобализации. Многие ученые в этой области принимали глобализацию как нечто данное, не совершая попыток теоретизировать понятие [8, с. 52]. Изучение феномена глобализации началось в начале 90-х годов, когда это явление стало оказывать кардинально новое и масштабное влияние на человеческое общество. Проблема разделения исследований феномена глобализации, коммуникации, медийных и культурологических исследований в настоящее время начала разрешаться, однако, требует дальнейших усилий.

Как отмечалось выше, стремительное развитие новых медийных технологий явилось главной силой, ускорившей глобализацию за последние несколько десятилетий. С помощью своей отличительной и уникальной природы новые медийные технологии сделали взаимодействие человека и общества сильно взаимосвязанным и сложным. Через это сближение взаимное совершенствование новых медийных технологий и глобализации привела к трансформации всех аспектов человеческого общества. Новые медийные технологии считаются «новыми» не только благодаря их успешной интеграции в традиционной форме межличностной коммуникации и средств массовой информации, но и благодаря их новым функциям, которые позволяют индивидам одинаково управлять своими сообщениями в межличностном общении и средствах массовой информации. Новые медийные технологии позволяют людям взаимодействовать с множеством людей одновременно со способностью индивидуализировать сообщения в процессе общения.

Новые медийные технологии характеризуются пятью основными чертами; им присущи оцифровывание, конвергентность, интерактивность, гипертекстуальность и виртуальность.

Во-первых, конечно, цифровой характер или оцифровывание — это самая выдающаяся черта новых медийных технологий. Новые медийные технологии или цифровые технологии дематериализуют медийный текст путем конвертации информации из аналоговой в цифровую форму, позволяющую все виды математических операций. Новые медийные технологии делают возможным извлекать, обрабатывать и хранить огромные объемы информации в очень сжатом пространстве.

Во-вторых, новые медийные технологии сводят в одной точке формы и функции информации, каналы передачи, электронные коммуникации и электронное вычисление, то есть обработку данных. Конвергентная сила новых медийных технологий может быть легко продемонстрирована появлением интернета с позиций его мощной функции, заключенной в компьютерных ин-

формационных технологиях и коммуникационных сетях широкого диапазона. Это также ведет к промышленной конвергенции, проявляющейся в постоянном слиянии крупных медиа — компаний и конвергенции продуктов и услуг в виде успешного соединения и комбинации медийной продукции, материала и услуг медиа — индустрии.

В-третьих, интерактивная функция новых медийных технологий, действующая между пользователями и системой, распределяющей информационные ресурсы, дает пользователям свободу в создании и воспроизводстве самого контента и его формы в течение взаимодействия. Следует добавить, что интерактивность новых медийных технологий делает взаимодействие между различными сетями и извлечение информации через различные операционные системы доступными и удобными. Свобода управления информацией наделяет новые медийные технологии огромной силой в процессе человеческой межкультурной коммуникации.

В-четвертых, гипертекстуальность новых медийных технологий породила глобальный сетевой центр, в котором информация может свободно перемещаться и образовывать новые соединения. Этот глобальный сетевой феномен начал перестраивать весь жизненный опыт людей, что в свою очередь приведет к трансформации и экономической деятельности, и культурных моделей, а также стилей общения и межкультурной коммуникации и других аспектов человеческого общества.

В-пятых, киберпространство, сформированное новыми медийными технологиями, позволяет людям генерировать виртуальный опыт и реальность. Невидимое киберпространство не только вызывает разрыв между реальностью и виртуальностью, но также способствует свободному изменению внешности, личности, рода занятий и даже пола коммуникантов.

Обладая этими отличительными чертами, новые медийные технологии поднимают вектор глобализации на самый высокий уровень. По определению М. Стегера глобализация касается расширения и интенсификации социальных отношений и сознания в мировом времени и пространстве [9, с. 15]. Другими словами, глобализация — это социальный процесс, в котором ограничения и культурные обязательства отступают, и люди при этом все более осознают этот процесс [10, с. 3]. Она подразумевает расширение, растяжение, интенсификацию и ускорение социальных процессов как на объективно — материальном уровне, так и на субъективном уровне человеческого сознания и на других уровнях человеческого общества, включая человечество в целом, отдельные нации, конкретную индустрию или организацию и, наконец, отдельного индивида [4, с. 18].

Мощное влияние глобализации, усиленное появлением новых медийных технологий, раскрывается в его динамичных, взаимосвязанных, гибридных и важных, взятых по отдельности, атрибутах. Прежде всего, глобализация — это диалектически динамичный процесс, вызванный борьбой двух сил между культурной идентичностью и культурным многообразием, между локализацией и универсализацией. Затем, глобализация вездесуща. Она перемещается как воздух, проникая в каждый аспект человеческого общества и влияя на то, как мы живем, думаем и поступаем. Кроме того, глобализация холистически взаимосвязана; она выстраивает гигантскую матрицу, в которой все компоненты переплетены и взаимосвязаны с сетями. Более того, глобализация представляет собой культурно — гибридное государство, делающее возможным скоростную культурную трансмиссию посредством новых медийных технологий, преодолевая и «растворяя» границы. И, наконец, глобализация увеличивает влияние индивида в новом медийном обществе, которое придает множественность миру путем признания действенности и важности отдельных элементов.

Взятые вместе, диалектически динамичные, универсально вездесущие, холистически взаимосвязанные, культурно — гибридные и мощные по отдельности характеристики глобализации, усовершенствованные и углубленные стимулом и движущей силой новых медийных технологий привели к революционным изменениям в человеческом мышлении и поведении, дали новое определение понятию общности и реструктурировали человеческое общество.

Влияние интеграции новых медийных технологий и глобализации может быть суммировано в виде пяти точных эффектов, а именно, изменяющийся мир, сжатие времени и пространства, плотное взаимодействие в различных аспектах общества, глобальная сопрягаемость сетевых ресурсов и ускоренная локальная / глобальная конкуренция/ сотрудничество. Другими словами, границы человеческих обществ с точки зрения пространства, времени, объема, структуры, географии, функций, профессий, ценностей, верований плавно трансформируются в новую модель схожих черт и взаимосвязей.

В заключении отметим, что, хотя взаимосвязь новых медийных технологий и глобализации очевидна, конкретные взаимосвязи между пятью отличительными чертами новых медийных технологий (цифровым характером, конвергентностью, интерактивностью, гипертекстуальностью и виртуальностью) и пятью важными характеристиками глобализации (диалектическая динамичность, универсальная вездесущность, холистическая взаимосвязанность, сращивание культур, то есть гибридность и важность каждой отдельной характеристики) остаются ценным материалом для дальнейшего научного исследования и обсуждения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Chen, G. M. (2005). A model of global communication competence. *China Media Research*, 1, 3–11.
2. Chen, G. M. (2007). Media (literacy) education in the United States. *China Media Research*, 3(3), 87–103.
3. Chen, G. M., & Zhang, K. (2010). New media and cultural identity in the global society. In R. Taiwo (Ed.), *Handbook of Research on Discourse Behavior and Digital Communication: Language Structures and Social Interaction* (pp. 801–815). Hershey, PA: Idea Group Inc.
4. Gupta, A. K., & Govindarajan, V. (2007). Guest for global dominance: Building global presence. Retrieved August 10, 2007, from [http://www.bmgt.umd.edu/cib/wplist.htm/Hall, E. T. \(1976\). Beyond culture. New York, NY: Doubleday.](http://www.bmgt.umd.edu/cib/wplist.htm/Hall, E. T. (1976). Beyond culture. New York, NY: Doubleday.)
5. Harvey, D. (1990). *The condition of postmodernity: An enquiry into the origins of cultural change*. Oxford: Blackwell.
6. Olson, S. R., & Pollard, T. (2004). *The muse pixelipe: Digitalization and media literacy education*.
7. Rantanen, T. (2006). *The media and globalization*. Thousand Oaks, CA: Sage.
8. Sparks, C. (1998). Is there a global public sphere? In D.
9. Steger, M. B. (2009). *Globalization: A very short introduction*. Oxford: Oxford University.
10. Waters, M. (1995). *Globalization*. London: Routledge.

© Белякова Ирина Геннадиевна (ig.belyakova@migsu.ru). Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ