



DOI 10.22363/2312-9220-2020-25-3-586-588

УДК 070

Рецензия на книгу

Экранные коммуникации в условиях цифровой экономики

Рецензия на книгу

«Экранные коммуникации как фактор социализации медиапространства»: межвузовская коллективная монография / под ред. С.Л. Уразовой.

М.: Академия медиаиндустрии, 2019. 398 с.

Е.Л. Варганова

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Российская Федерация, 125009, Москва, ул. Моховая, д. 9, стр. 1

Аннотация. В рецензии рассматриваются основные положения междисциплинарной коллективной монографии «Экранные коммуникации как фактор социализации медиапространства», созданной ведущими исследователями медиа одиннадцати российских вузов и изданной в 2019 году.

Ключевые слова: экранные коммуникации, медиа, медиасистема, новая цифровая среда

Авторы коллективной монографии «Экранные коммуникации как фактор социализации медиапространства», исследуя проблемы функционирования и развития современных медиа: от традиционных – периодическая печать, кино, телевидение, радио, до новых – цифровых, предлагают свой алгоритм воздействия особенно актуальных сегодня экранных коммуникаций на общество.

Ведущие эксперты российских вузов подробно рассматривают процессы преобразования в отечественном медиапространстве. Так, в главе «Медиа как культурная индустрия» авторы, анализируя экранные коммуникации в контексте социальных трансформаций, обращают внимание на принципиально новое направление в медиа – урбанистическую коммуникативистику – и вводят понятие «культурный аутизм», определяя его как форму одиночества в медиапространстве, перенасыщенном информацией и новаторскими цифровыми технологиями. Отметим, что эта тема все чаще звучит в академическом дискурсе, поскольку избыточность разнообразной публичной информации, несомненно, не только изменяет наши представления об окружающем мире, но воздействует – и не всегда позитивно – на наше когнитивное восприятие.

В главе «Виртуализация медиапространства: проблемы и противоречия» обосновывается процесс эволюции виртуальной реальности в историческом



срезе воздействия СМК на социальную действительность, раскрывается культурный феномен компьютерно-цифровой среды, который только недавно стал предметом обстоятельного научного анализа.

Не осталась без внимания ученых и проблематика, связанная с визуализацией медиарынка, раскрывающая ряд знаковых аспектов в развитии масс-медиа. В третьей главе монографии – «Экранные коммуникации в проекции визуализации медиарынка» – представлены теоретико-методологические подходы к моделированию современных медиасистем, ведущих в непростых условиях избытка информационных потоков борьбу за потребителя, обуславливается необходимость изучать новые реалии медиа с учетом исторического прошлого СМИ. Это дает возможность выявить причинно-следственные связи и методики взаимодействия с современным медиапотребителем в новой цифровой среде – в частности, трансляции прямого эфира, увеличивающего потенциал вовлечения молодежной аудитории в процесс медиапотребления и медиапроизводства. Конкретные примеры, приводимые авторами, обосновывают и принципы подачи новостных историй, которые способны заинтересовать аудиторию путем конструирования игр-стратегий, и гипотетические когнитивные реакции зрителя – что важно, еще на этапе создания новостей. Примечательно, что «свобода слова» в журналистике, которой посвящена отдельная статья, характеризуется как «аксиологический миф».

Не менее обстоятельно проанализированы теле- и радиоотрасли медиаиндустрии. Телевизионные программы исследуются в новом ракурсе – как «коды драматургии электронных медиа» с целью привлечения зрителей. Интерес вызывает и логика авторов при моделировании общественно-политического телевидения, сериальной продукции, современных телеформатов, ориентированных на выработку оригинальных принципов взаимодействия телевидения и общества в новых условиях. Глава о радиоформатах не выходит за рамки одной темы – изучения исторического среза возникновения аудиоподкастинга в США и России, но в дополнение приводится важная статистика по отечественному радиовещанию в преддверии его перехода на цифру.

Печатной периодике в монографии уделено не так много внимания, что, впрочем, понятно, тем не менее на примере одного из российских регионов предпринята попытка изучить кризис отечественных печатных СМИ.

Затронуты также правовые проблемы в медиаобразовании, вопросы функционирования медиа в проекции цифровой экономики, динамика трансформаций современных медиасистем. Однако, к сожалению, анализ экономической ситуации в медиаиндустрии при вхождении в цифровую экономику остался вне поля зрения авторов, а этот аспект сегодня чрезвычайно актуален.

История статьи:

Дата поступления в редакцию: 20 марта 2020 г.

Дата принятия к печати: 15 апреля 2020 г.

Для цитирования:

Вартанова Е.Л. Экранные коммуникации в условиях цифровой экономики: рецензия на книгу «Экранные коммуникации как фактор социализации медиапространства»: межвузовская коллективная монография / под ред. С.Л. Уразовой. М.: Академия медиа-

индустрии, 2019. 398 с. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2020. Т. 25. № 3. С. 586–588. <http://dx.doi.org/10.22363/2312-9220-2020-25-3-586-588>

Сведения об авторе:

Вартанова Елена Леонидовна, член-корреспондент Российской академии образования, доктор филологических наук, профессор, декан факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. E-mail: referent@smi.msu.ru

DOI 10.22363/2312-9220-2020-25-3-586-588

Book review

Screen communications in the digital economy

Book review of

“Screen Communications as a Factor in the Socialization of Media Space”:
Interuniversity collective monograph / ed. by S.L. Urazova.
Moscow, Akademiya mediaindustrii Publ., 2019. 398 p.

Elena L. Vartanova

Lomonosov Moscow State University
9 Mokhovaya St, bldg 1, Moscow, 125009, Russian Federation

Abstract. The author reviews the main provisions of the multidisciplinary collective monograph “Screen Communications as a Factor in the Socialization of Media Space”, created by leading media researchers of eleven Russian universities and published in 2019.

Keywords: screen communications, media, media system, new digital environment

Article history:

Received: 20 March 2020

Revised: 25 March 2019

Accepted: 15 April 2020

For citation:

Vartanova, E.L. (2020). Screen communications in the digital economy: Book review of “Screen Communications as a Factor in the Socialization of Media Space”: Interuniversity collective monograph / ed. by S.L. Urazova. Moscow, Akademiya mediaindustrii Publ., 2019. 398 p. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 25(3), 586–588. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.22363/2312-9220-2020-25-3-586-588>

Bio note:

Elena L. Vartanova, corresponding member of the Russian Academy of Natural Sciences, DPhil in Philology, Full Professor, Dean of the Faculty of Journalism of Lomonosov Moscow State University. E-mail: referent@smi.msu.ru