

Известия Южного федерального университета.  
Филологические науки. 2024. Том 28, № 1  
ЖУРНАЛИСТИКА

Научная статья

УДК 070.91

ББК 76.01

DOI 10.18522/1995-0640-2024-1-194-204

## **ЖУРНАЛИСТИКА И МЕДИАКОММУНИКАЦИИ: ЭВОЛЮЦИЯ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ИЛИ ДВЕ СИСТЕМЫ?**

*Евгений Валерьевич Ахмадулин*

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия

**Аннотация.** В последние годы в профессиональную практику журналистики, образовательный процесс и научную рефлексию в этой области стали активно внедряться новомодные слова из западной терминологии, прежде всего *медиа* в различных сочетаниях, в том числе и *медиакоммуникации*. Последующее интуитивное понимание новообразованной терминологии привело к разведению профессиональных компетенций при подготовке журналистов и специалистов медиакоммуникаций. Научное осмысление этого процесса, казалось бы, в едином информационно-коммуникативном пространстве стало остроактуальной проблемой. Её решению посвящено немало статей в научных журналах, докладов и дискуссий на научных конференциях. Но в большинстве своем эти рефлексии хотя и возникают вокруг медиакоммуникаций, но так или иначе сводятся в привычное русло массинформационных процессов, т. е. к журналистике.

Используя методологию системного подхода, теоретические положения М. Маклюэна об эволюции медиа и его методик тетрадного анализа, мы попытались показать, что журналистика и медиакоммуникации по своим целям и задачам представляют две разные системы. Первая из них жестко институционализована, однонаправлена и нацелена на сбор, обработку и поставку информации для массовой аудитории. Вторая менее поддается контролю и управлению и нацелена на коммуникацию – межличностную и групповую – внутри системы.

**Ключевые слова:** *медиа, медиакоммуникации, журналистика, технологии, система*

**Для цитирования:** *Ахмадулин Е. В.* Журналистика и медиакоммуникации: эволюция средств массовой информации или две системы? // Известия ЮФУ. Филол. науки. 2023. Т. 28, № 1. С. 194–204.

Original article

## **JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION: THE EVOLUTION OF SOCIAL MEDIA MEANS OR TWO SYSTEMS?**

*Evgeny V. Ahmadulin*

Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russian Federation

**Abstract.** New words of western terminology, such as *media communication* and other options of *media-*, have been recently enrolled in professional practice of journalism, in teaching process and scientific reflection in this field. Further understanding of new terminology led to differentiation professional competences in training journalist-to-be and specialists in media communication. Scientific reason for this differentiation has become a problem of high importance. There are many articles on this theme, but they are mostly in conclusion come to mass media processes.

Using the methodology of system approach, theory of M. MacLuhan on evolution of media and his methods of paper analysis we tried to show that journalism and media communication represent two different systems. The first one is highly institutionalized, focused on collecting, analysing and delivering information for audience. The second is less controlled and managed. It is focused on interpersonal and group communication inside the system.

**Key words:** *media, media communication, journalism, technologies, system*

**For citation:** *Ahmadulin E.V. Journalism and mass communication: the evolution of social media means or two systems? // Proceedings of Southern Federal University. Philology. 2024. Vol. 28, № 1. P. 194–204.*

## Введение

Мир пронизан многочисленными коммуникациями. Начало этому процессу положило приручение животных и изобретение колеса. Используя природные средства передвижения и доставки товаров, люди проложили многочисленные караванные пути, в том числе и знаменитый Шелковый путь, соединивший Европу и Азию. Все это служило не только развитию торговли, обмену технологиями, но и межкультурной коммуникации.

Изобретение колеса, прокладка дорог (в том числе водных, воздушных магистралей) и последующие модификации различных носителей на колесной основе, а затем и двигателей значительно усилили возможности человека в передвижении, перевозке грузов, обмене технологиями и культурными достижениями. И здесь мы сталкиваемся с первым парадоксом М. Маклюэна: *удлиняя путь, человек укорачивает время его прохождения.*

Все эти и другие цивилизационные изобретения, служащие для расширения деятельности человека, канадский ученый М. Маклюэн назвал *медиа* [Маклюэн, 2007]. С его легкой руки термин «медиа» стал широко применяться в западных исследованиях массовой коммуникации. А чуть позже и в российскую профессиональную практику журналистики, образовательный процесс и научную рефлексию в этой области стали активно внедряться новомодные слова из западной терминологии, прежде всего *медиа* в различных сочетаниях, в том числе и *медиакоммуникации*. Последующее интуитивное понимание новообразованной терминологии привело к разведению профессиональных компетенций при подготовке журналистов и специалистов медиакоммуникаций в ряде вузов страны. Научное осмысление этого процесса, казалось бы, в едином информационно-коммуникативном пространстве стало остроактуальной проблемой. Её решению посвящено немало книг, статей в научных журналах, докладов и дискуссий на научных конференциях.

Для нас представляет интерес прежде всего теоретическое *определение понятия медиакоммуникаций*. Достаточно глубокий обзор научных рефлексий по этому поводу представил В. П. Коломиец [Коломиец, 2019]. Наиболее оригинальные определения медиакоммуникаций выглядят следующим образом: «*информационная взаимосвязь между тысячами людей, которая осуществляется с помощью технических средств*» [Порва, 2016, с. 662]; процесс, связанный «*с распространением с помощью технических средств между различными группами и индивидуумами специально подготовленных сообщений, представляющих социальную и личную значимость*» [Богдановская, 2011, с. 78]; «*процесс создания, трансляции, обмена информацией медиа в индивидуальном, групповом, массовом формате по различным каналам при помощи различных коммуникативных средств (вербальных, невербальных, аудиальных, визуальных, проч.)*» [Шилина, 2009]; «*сдвоенный сектор как массовой, так и межличностной коммуникации*» [Дунас, 2009]. Сам автор обзора говорит о медиакоммуникациях «как определенном наборе практик, связанных с использованием смыс-

лов в процессе получения / распространения информации с помощью технических средств коммуникации – медиа». В то же время он подчеркивает, что однозначного определения *медиакоммуникаций* в научной литературе нет. «Вопрос “Что такое медиакоммуникации?” носит предельно широкий характер и не имеет единственно правильного ответа» [Коломиец, 2019].

Из обзора видно, что в большинстве своем эти рефлексии хотя и возникают вокруг медиакоммуникаций, но так или иначе сводятся в привычное русло массивных информационных процессов, т. е. к журналистике. Это подтверждают и данные анализа 315 журнальных текстов (2012–2016 гг.) отечественных авторов, «рассматривающих вопросы функционирования журналистики и медиа и потенциально содержащих материалы, направленные на развитие медиакоммуникационных теорий» [Макеенко, 2017, с. 18].

Цель данной статьи – показать, что журналистика и медиакоммуникации по своим параметрам представляют две разные системы, взаимодействующие между собой.

Исследование опирается на методологию системного подхода, теоретические положения М. Маклюэна об эволюции медиа и его методики тетрадного анализа.

### Результаты исследования

Для исследования мы намеренно выделили из всего перечня М. Маклюэна (медиа – это всё, что создал человек) только те медиа, которые традиционно включены в средства доставки информации: устная речь, письмо, печать, комикс, книга, реклама, фотография, игры, пресса, телеграф, пишущая машинка, телефон, фонограф, кино, радио, телевидение и многое другое. Несомненно, сам Маклюэн не имел в виду носителей информации с ее конкретным содержанием. Для него сами медиа в чистом виде (без содержания) несли в себе сообщение: «*“сообщением” любого средства коммуникации, или технологии, – писал он, – является то изменение масштаба, скорости или формы, которое привносится им в человеческие дела*» [Маклюэн, 2007, с. 10].

Это объяснение медиапророка, как называют Маклюэна, не проясняет вопрос о том, что же такое медиа. А. Бриггз и П. Кобли отмечают, что «термин “медиа” – это множественное число от слова “медиум”; за понятием “медиа” (которому мы часто приписываем значение единственного числа) на самом деле стоит чрезвычайно сложная и разнообразная совокупность структур и видов деятельности, каждая со своим собственным способом коммуникации, своей экономикой, своими границами и своей аудиторией.

При сложности и масштабах той сферы общества, что называется “медиа”, неудивительно, что в теоретических исследованиях этого явления мы постоянно наталкиваемся на проблему множественности определений. Например: медиа являются конгломератом структур частного бизнеса; это особый вид социальной деятельности; главная задача медиа – осуществлять своего рода представительство тех или иных точек зрения, взглядов и позиций; СМИ – это продукт соответствующих правовых регламентаций, включая регламентации и в отношении их экономической деятельности; медиа – это социальный институт, выполняющий важные общественные задачи, но это также, если угодно, некое средство распространения рекламы; СМИ суть коллективное сознание читателей, слушателей и зрителей» [Медиа, 2005, с. 1].

Для медиакоммуникаций важны медиа как носители информации о событиях, фактах, явлениях. «Термин mass media используется для описания широкого круга печатных и электронных медиа, включая телевидение, кино, радио

и звукозапись, книги и журналы, а также так называемые новые медиа, например, Интернет и видеоигры. Однако порожденные новыми медиа три взаимосвязанных тренда – фрагментация аудитории, специализация содержания медиа и его кастомизация – требуют иной формы концептуализации терминов mass media и mass audience» [Encyclopedia of journalism, 2009, p. 876].

И здесь мы видим два разных подхода к формированию и развитию медиа: с одной стороны, представители торонтской технологической школы во главе с Маклюэном говорят о том, что «средства коммуникации, или технологии» несут сообщение об «изменении масштаба, скорости или формы», которые они сами по себе вносят в жизнедеятельность человечества (цивилизационный подход), с другой – представители традиционных взглядов на медиа как носителей информации пытаются обуздать, сделать управляемыми растущие потоки информации (коммуникационный подход).

Эти два похода не утверждают разные точки зрения, а свидетельствуют о наличии совершенно различных процессов, хотя и вытекающих один из другого. Иными словами, если технологии принять за некие сырьевые ресурсы, появляющиеся в ходе развития цивилизации, то только при их обработке мы получаем конкретные средства, необходимые для массовой коммуникации людей.

Рассмотрим теорию М. Маклюэна относительно смены коммуникационных технологий. По его мнению, «электрический свет – это чистая информация. Он представляет собой, так сказать, средство коммуникации без сообщения, если только его не используют для оглашения какого-то словесного объявления или названия. Этот факт, характеризующий все средства коммуникации, означает, что *“содержанием” любого средства коммуникации всегда является другое средство коммуникации. Содержанием письма является речь, точно так же, как письменное слово служит содержанием печати, а печать – содержанием телеграфа. Если спросят: “Что есть содержание речи?”, – на это необходимо ответить: “Это действительный процесс мышления, который сам по себе невербален”*» [Маклюэн, 2007, с. 11].

В этой трактовке «электрический свет» отделён от его конкретного использования, и вместе с тем он игнорирует пространственно-временные параметры человеческого восприятия, создавая, как подчеркивает Маклюэн, «глубинное вовлечение точно так же, как это делают радио, телеграф, телефон и телевидение» [Маклюэн, 2007, с. 12].

По его мнению, «*новейший подход к изучению средств коммуникации принимает во внимание не только “содержание”, но также само средство коммуникации как таковое и ту культурную матрицу, в которой это конкретное средство функционирует*» [Маклюэн, 2007, с. 15]. Он приводит пример, как в ранней работе о Французской революции Токвиль объяснял, что «именно печатное слово, достигшее в восемнадцатом веке культурной насыщенности, гомогенизировало французскую нацию. Французы стали похожи друг на друга от севера до юга. Книгопечатный принцип единообразия, непрерывности и линейности переборол сложности древнего феодального и устного общества. Революция была совершена новыми литераторами и юристами» [Маклюэн, 2007, с. 18]. Это наблюдение Токвиля как матрица ложится на процессы создания однородности языка многих народов сначала в печатной, нормативной форме, затем в письменности и устной речи. Более того, как утверждает М. Маклюэн, «*электрическая же технология хозяйничает у нас дома, а мы немые, глухие, слепые и бесчувственные перед лицом ее столкновения с технологией Гутенберга, на основе и по принципу которой сформировался весь американский образ жизни*» [Маклюэн, 2007, с. 22].

Таким образом, как отмечает канадский исследователь, *«воздействие средства коммуникации оказывается сильным и интенсивным именно благодаря тому, что ему дается в качестве “содержания” какое-то другое средство коммуникации. Содержанием кино является роман, пьеса или опера. Воздействие кинематографической формы никак не связано с тем содержанием, которое ее наполняет. <...> Воздействие технологии происходит не на уровне мнений или понятий; оно меняет чувственные пропорции, или образцы восприятия, последовательно и без сопротивления»* [Маклюэн, 2007, с. 23].

И в этом смысле теория Маклюэна имеет некоторые черты сходства с эволюционной теорией Дарвина, где главным фактором эволюции выступает естественный отбор. Сам Маклюэн так говорит об эволюции медиа: *«Каждое средство коммуникации, помимо всего прочего, – это еще и мощное оружие нападения на другие средства коммуникации»* [Маклюэн, 2007, с. 26]. В этих сражениях за первенство используются все методы: уничтожения, подчинения, ассимилирования, поглощения, образования союзов и партнерских отношений. Последствия этих «гражданских войн» создают некий эффект. Именно «интерес к эффекту, а не к значению есть основное изменение, произошедшее в наше электрическое время, ведь эффект включает в себе всю ситуацию целиком, а не просто какой-то один уровень движения информации» [Маклюэн, 2007, с. 33]. Поначалу эффектом электрической технологии была тревога. Теперь она, похоже, рождает усталость. Мы прошли через три стадии – смятения, сопротивления и изнеможения, которые присутствуют в каждой болезни и в каждом жизненном стрессе, будь то индивидуальное или коллективное. По крайней мере, упадок сил, постигший нас после первого столкновения с электричеством, предрасположил нас к ожиданию новых проблем [Маклюэн, 2007, с. 33]. Ибо новые технологии воздействуют на всю систему социального организма. «Воздействие радио, – пишет Маклюэн, – является визуальным, воздействие фотографии – слуховым. Каждое новое давление вызывает сдвиги в пропорциях между всеми чувствами» [Маклюэн, 2007, с. 76]. Говоря о смене технологий, Маклюэн подчеркивает, что каждые новые медиа появляются в результате преобразования предшествующих, что подтверждает динамику эволюционных процессов.

В формулировании этого закона Маклюэн исходит из того, что новые медиа возникают не в пустом пространстве, а на основании предшествующих – в этом проявляется движение вперед. Каждое новое изобретение человека так или иначе поддерживает какие-то существующие тенденции, усиливая их. Таким образом, новые медиа, отбрасывая старое, отжившее, используют всё полезное из старых технологий для успешного развития в дальнейшем. Так было с книгопечатанием, изданием газет и журналов, вступлением в медиaprостранство электронных средств коммуникации: сначала радио, использовавшее в качестве сообщения звуковые и речевые технологии, а затем и телевидение, синтезировавшее в себе речезвуковые преимущества радио и движущееся изображение кино.

Эти *«технологические средства коммуникации представляют собой сырьевые, или естественные ресурсы, точно такие же, как уголь, хлопок и нефть»* [Маклюэн, 2007, с. 26]. А значит, получив нужные средства коммуникации, мы путем дальнейшей технологической обработки превращаем их *на первом этапе* в средства (носители) массовой информации, а уже донесенная до массового потребителя информация становится средством массовой коммуникации. Таким образом, *создается система массовой коммуникации*. Подчеркнем при этом, что сам процесс массовой коммуникации происходит за пределами тех-

нических средств и не зависит непосредственно (а если зависит, то опосредованно) от влияния коммуникатора / коммуникаторов любого уровня. Сами средства массовой информации (периодическая печать, радио, телевидение) входили в систему постепенно путем присоединения к печати аудио- и визуальной компоненты с элементами синтеза некоторых параметров из предшествующих носителей массовой информации.

Эта система, *называемая также журналистикой*, достаточно жестко институционализована, подконтрольна власти и/или обществу и управляема с помощью различных методов в зависимости от степени свободы/несвободы той или иной государственной системы массовой информации и коммуникации. Ранее мы уже давали формулировку системы журналистики: «Это сложная социальная система, предназначенная для поиска, переработки и дискретной передачи актуальной социальной информации с помощью специализированных технических каналов (печать, радио, телевидение) неопределенной массовой аудитории с целью информирования ее, социального адаптирования, а также отражения и формирования общественного мнения. Деятельность и функции системы обуславливаются социально-политической организацией общества, общественными интересами, культурно-образовательными, технико-технологическими и экономическими системоформирующими факторами» [Ахмадулин, 2022, с. 15].

*На следующем этапе* качественные глобальные изменения связаны с внедрением новых информационных технологий, развитием систем связи, компьютеризацией, созданием Интернета и других информационных супермагистралей.

Маклюэн не застал компьютеров и их массового использования, но поразительно точно предсказал появление Интернета и связанных с ним технологий, превративших мир в «глобальную деревню» [Маклюэн, 2007, с. 20]. Здесь еще в большей мере проявляется сжатие пространственно-временных границ, в том числе размывание государственных и языковых барьеров. Это покрытие сетью глобального пространства, сжатого во времени до «деревни», с хаотичными и непредсказуемыми связями, казалось бы, ведет к однородности социума, как это было с печатью на региональном уровне. Однако Интернет показал, что он представляет собой мощный технополис со своими технопарками и отдельными производствами.

И здесь возникает та самая множественность медиа, о которой мы говорили вначале. Вместо гомогенизации социума по Токвиллю, как это было во Франции в годы Французской революции, что привело к созданию теории массового общества, возникает теория «демассовизации массмедиа» [Тоффлер, 1999]. Э. Тоффлер говорит о наступлении эры средств информации, рассчитанных не на массовую аудиторию, а на сегментированную по различным интересам, при этом наряду с новой техносферой появляется новая инфосфера, и это будет иметь далеко идущие последствия во всех сферах жизни, включая наше сознание.

Ученый рассуждает о создании новой интеллектуальной среды, основанной на компьютерных сетях. Параллельно с уменьшением размеров компьютеров (большие ЭВМ, мини-, микроЭВМ, персональные, домашние компьютеры), увеличением их производительности, удешевлением стоимости происходит широкое распространение самых разных приложений, приближающих компьютер к непосредственному пользователю.

Законы, регулирующие участие медиа в социокультурной динамике, содержат в себе большой исследовательский потенциал. Эти законы медиа получили название «тетрады Маклюэна», поскольку они состоят из четырех элементов.

Ученый приводит большое количество примеров разбора тех или иных медиа с помощью этих тетрад. Сегодня различных примеров тетрад великое множество. В 2017 г. были опубликованы неизвестные ранее тетрады [Marshall, 2017].

Последователи Маклюэна в XXI в. подвергли тетрадному анализу современные медиа. Например, И. Адам написала эссе о том, как применить тетрады Маклюэна к смартфону. В этом эссе смартфон как новая технология и средство коммуникации анализируется с точки зрения его влияния на отдельных людей и общество [Adam, 2016].

С ее точки зрения, смартфон повышает скорость связи, доступность и досягаемость Интернета – он буквально помещается в карман. Смартфон с Интернетом – это расширение памяти человека во многих смыслах: доступ к знаниям, которые не нужно запоминать; напоминания от разных органайзеров, навигаторов и т. д.; коллективная память из воспоминаний, заполняющих социальные сети. Возможность синхронизации расширяет доступность памяти еще больше. Также смартфон добавляет тактильное измерение к аудиовизуальному каналу: «одним прикосновением кончика пальца открывается целый мир возможностей». По мнению Адам, смартфоны способствуют ускорению инноваций и развитию творческих консюмеристских решений. При этом смартфоны вытесняют мобильные телефоны с обычными функциями, а также персональные компьютеры и домашние принтеры. Смартфон (как и ноутбук) отвязывает рабочее место от одной локации еще больше; возвращает из прошлого, например, любительскую съемку («я всегда с собой беру видеокамеру») и делает чтение книг более распространенным и т. д.

С помощью тетрады Маклюэна можно анализировать не только такие медиа, как смартфон, но и вообще *все, что создал человек, потому что это все – медиа* [Претер, 2023, с. 98–115]. И в то же время мы обнаруживаем глобальное, многопрофильное месторождение новых коммуникационных медиа. Технически *Интернет* (электронная паутина, веб, Сеть, цифровой мир) – это глобальная сеть сетей, состоящая из миллионов взаимосвязанных компьютеров, серверов и других устройств по всему земному шару.

Существует множество определений Интернета. Например, составители Большой энциклопедии Кирилла и Мефодия (электронная энциклопедия 2007–2012 гг.) считают, что «*Интернет (англ. Internet от лат. inter – между и англ. net – сеть, паутина)* – это международная (всемирная) компьютерная сеть электронной связи, объединяющая региональные, национальные, локальные и др. сети. Способствует значительному увеличению и улучшению обмена информацией, прежде всего научно-технической. Объединяет свыше 50 млн коллективных и индивидуальных пользователей (каждый со своим электронным адресом) во всем мире».

С. Винтон, резидент Сообщества Интернета, которого называют отцом этого открытия, дает емкое определение: «*Интернет* – это глобальная сеть сетей, взаимно связанных протоколами TCP/IP и другими коммуникационными протоколами».

Федеральный сетевой совет (FNC) уточняет: «*Интернет* – это глобальная информационная система, которая:

- 1) логически взаимосвязана пространством глобальных уникальных адресов, основанных на интернет-протоколе (IP) или на последующих расширениях или приемниках IP;

- 2) способна поддерживать коммуникации с использованием семейства протокола управления передачей / интернет-протокола (TCP/IP) или его последующих расширений/приемников и/или других IP-совместимых протоколов;

3) обеспечивает, использует или делает доступными на общественной или частной основе высокоуровневые сервисы, надстроенные над описанной здесь коммуникационной и иной связанной с ней инфраструктурой» [<https://studfile.net/preview/2204188/page:13/>].

По сути, Интернет вобрал в себя все предшествующие ему средства связи (почта, телеграф, телефон), средства массовой информации (печать, радио, телевидение) и другие массмедиа (книги, кино, фото, музыка, игры). Все это и многое другое вмещается в карманном смартфоне.

Таким образом, Интернет представляет собой глобальную систему медиакоммуникаций, предназначенную прежде всего для обмена информацией (сообщение) и межличностного и группового общения (со-общения) с помощью технических средств внутри компьютерных сетей. Эта система менее институционализована, подконтрольна и управляема.

Попытки сравнительного анализа характерных отличий журналистики и медиакоммуникаций предпринимались и раньше. Например, В. П. Коломиец приводит сравнительную таблицу Г. Почепцова, в которой, по его мнению, медиакоммуникации выступают в качестве антитезы журналистики (табл. 1) [Коломиец, 2019]. При этом автор обзора не замечает, что сравнение, по сути, идет между советской и постсоветской журналистикой.

*Таблица 1*

**Характерные черты журналистики и медиакоммуникаций,  
по мнению Г. Почепцова**

Журналистика	Медиакоммуникации
Социальный институт	Профессия
Авторская	Анонимная
Креативная	Стандартизированная
Многообразная тематика	В центре внимания – протестная тематика
Жесткое регулирование пишущего и читающего	Размытое разграничение пишущего и читающего
Идеологически ориентирована	Не является идеологически ориентированной
Действительна: статья имеет последствия	Недействительна: статья не имеет последствий
Ориентирована на позитивные события	Ориентирована на негативные события

Сам Г. Почепцов пишет: «Можно также считать, что журналистика прошлого (социальный институт и под.) является результатом взгляда на массовый информационный процесс как бы сверху, с точки зрения других социальных институтов, например власти. Медиакоммуникации формируются в новой парадигме. Это взгляд снизу, являющийся отражением позиции потребителя информации. По этой причине перед нами не столько два конкурирующих, как два взаимодополняющих взгляда на один объект» [Почепцов, 2013].

Наша задача – не провести сравнительный анализ одной системы массовой информации, функционирующей в разных общественно-исторических ре-



лиях, а сопоставить две объективно существующие системы: журналистики и медиакоммуникаций (табл. 2).

Таблица 2

### Характерные черты систем журналистики и медиакоммуникаций

Журналистика	Медиакоммуникации
Социальный институт	Не институционализированы
Средства массовой информации: печать, радио, телевидение	Средства медиакоммуникаций: компьютерная сеть сетей
Предназначена для распространения массовой информации	Предназначены для обмена информацией между индивидами и группами
Информация односторонняя, целенаправленная, массовая	Информация обоюдная, многовекторная, формируемая спонтанно в соответствии с интересами индивидуумов и групп
Коммуникация массовая проходит в отрыве от получения информации вне системы технических средств	Коммуникации идут одновременно с получением информации (со-общение) в компьютерных сетях с помощью технических средств
Ведет к формированию массового общества	Ведут к демассовизации общества

В табл. 2 приведены лишь основные факторы, отличающие системы журналистики и медиакоммуникаций. И хотя они формировались на принципиально разных основах, эти две системы представляют собой тип сообщающихся сосудов, когда некоторые технологии и возникшие коммуникации переходят в традиционную журналистику, а сами средства массовой информации переходят в Интернет или активно сотрудничают с ним в форме электронных версий или присутствия в социальных сетях.

Конечно, компьютерная паутина содержит в себе не только медиакоммуникации. Цифровой мир, или виртуальное пространство, созданное с помощью Интернета, стал неотъемлемой частью нашей жизни и продолжает развиваться и меняться, предоставляя нам все больше новых возможностей и сфер деятельности.

### Заключение

Вхождение в профессиональную практику журналистики *медиа* в различных сочетаниях, в частности *медиакоммуникации*, и последующее их интуитивное осмысление привело в ряде вузов страны к разведению профессиональных компетенций при подготовке журналистов и специалистов медиакоммуникаций. Это вызвало научный интерес к определению прежде всего такого феномена, как *медиакоммуникации*. В большинстве своем научные рефлексии вокруг медиакоммуникаций так или иначе сводятся в привычное русло массинформационных процессов. Поэтому зачастую исследователи этого феномена сетуют на то, что в силу многозначности и широты объекта он не имеет и даже не может иметь однозначного и единственно правильного определения.

Наше исследование, основанное на методологии системного подхода, теоретических положениях М. Маклюэна об эволюции медиа и его методиках тет-

радного анализа, привело к выводу, что журналистика и медиакоммуникации по своим целям и задачам представляют две разные системы.

Первая из них жестко институционализована, однонаправлена и нацелена на сбор, обработку и распространение массовой информации посредством технических каналов (печать, радио, телевидение) для массовой аудитории. Массовая информация при контакте с аудиторией становится средством коммуникации. Массовая коммуникация проходит в отрыве от получения информации вне системы технических средств. Система традиционной журналистики ведет к формированию массового общества.

Вторая расположена в Интернете и представляет собой глобальную систему медиакоммуникаций, предназначенную прежде всего для одновременного обмена спонтанно формируемой информацией (сообщение) и межличностного и группового общения (со-общения) в соответствии с индивидуальными и групповыми интересами с помощью технических средств внутри компьютерных сетей. Эта система менее институционализована, подконтрольна и управляема, в своем развитии ведет к демассовизации общества.

Системы журналистики и медиакоммуникаций взаимодействуют по принципу сообщающихся сосудов, однако «перебежчиков» в систему медиакоммуникаций становится все больше, что актуализирует новые научные исследования о возможных модификациях этих феноменов.

### Список источников

Ахмадулин Е. В. Основы теории журналистики: учебник и практикум для вузов. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2022.

Богдановская И. М. Медиакоммуникация // Вестн. Герценовского ун-та. 2011. № 8. С. 77–80.

Дунас Д. В. К антропологической теории рассмотрения медиакоммуникации // Медиаскоп. 2009. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/к-антропологической-теории-рассмотрения-медиакоммуникации> (дата обращения 11.12.2023).

Коломиец В. П. Концептуализация медиакоммуникации // Медиаскоп. 2019. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2575> (дата обращения 11.12.2023).

Макеенко М. И. Развитие теории медиа в российских научных журналах в 2010-е гг.: результаты первого этапа исследования // Вестн. Московского ун-та. Серия 10: Журналистика. 2017. № 6. С. 3–31.

Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. 2-е изд. М.: Гиперборея, Кучково поле, 2007. 464 с.

Медиа. Введение: учебник для студентов вузов / под ред. А. Бриггза, П. Кобли. М.: ЮНИТИ, 2005. 550 с.

Порва О. Н. Коммуникация как ключевое понятие медиа: современная проблематика, гносеологический аспект // Молодой ученый. 2016. № 14 (118). С. 661–663.

Почепцов Г. Медиакоммуникация или журналистика: смена парадигмы // Психфактор. 2013. URL: <https://psyfactor.org/lib/media-communication-5.htm> (дата обращения 11.12.2023).

Претер В. П. В центре циклона: инструменты Маршалла Маклюэна для анализа медиасред. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2023. 332 с.

Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 1999. С. 266–277.

Шилина М. Г. Медиакоммуникация: тенденции трансформации. Новые парадигмы исследований массовых коммуникаций // Медиаскоп. 2009. Вып. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/404> (дата обращения 11.12.2023).

Adam I. What Would McLuhan Say about the Smartphone? Applying McLuhan's Tetrad to the Smartphone // Glocality. 2016. Vol. 2(1).

Encyclopedia of journalism. Ed. C.H. Sterling. Thousand Oaks: SAGE, 2009. P. 876.

McLuhan M., McLuhan E. The Lost Tetrads of Marshall McLuhan. OR Books, 2017. 274 p. <https://doi.org/10.2307/j.ctt207g7tk>

### References

- Adam I. (2016). What Would McLuhan Say about the Smartphone? Applying McLuhan's Tetrad to the Smartphone. *Glocality*, vol. 2(1).
- Ahmadulin E.V. (2022). *Foundations of journalism theory, manual and practice for higher education establishments*. 2<sup>nd</sup> ed. Moscow, Yurayt. (In Russian).
- Bogdanovskaya I.M. (2011). Mediacommunication. *Bulletin of Gertsen University*, no. 8, pp. 77-80. (In Russian).
- Dunas D.V. (2009). To anthropology theory of analysis of mediacommunication. *Mediascope*, no. 4. Available at: <http://www.mediascope.ru/кантропологической-теории-рассмотрения-медиакоммуникации> (accessed 11.12.2023). (In Russian).
- Sterling C.H., ed. (2009). *Encyclopedia of journalism*. Thousand Oaks, SAGE, p. 876.
- Kolomiets V.P. (2019). Mediacommunication conceptualization. *Mediascope*, no. 4. Available at: <http://www.mediascope.ru/2575> (accessed 11.12.2023). (In Russian).
- Makeenko M. I. (2017). Theory of media development in Russian scientific journals in 2010: the results of the first stage of the research. *Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism*, no. 6, pp. 3-31. (In Russian).
- McLuhan M. (2007). *Understanding media: External epands of a man*. Transl. from English by V. Nikolayev. 2<sup>nd</sup> ed. Moscow, Hyperborea, Kuchkov field, 464 p. (In Russian).
- McLuhan M., McLuhan E. (2017). *The Lost Tetrads of Marshall McLuhan*. OR Books, 274 p., <https://doi.org/10.2307/j.ctt207g7tk>
- Briggs A., Cobley P., eds. (2005). *Media. Introduction*. Manual for students of high education establishment. Moscow, UNITY, 550 p. (In Russian).
- Pocheptsov G. (2013). Mediacommunication or journalism: the change of paradigm. *Psy-factor*. Available at: <https://psyfactor.org/lib/media-communication-5.htm> (accessed 11.12.2023). (In Russian).
- Porva O. N. (2016). Communication as a key definition of media: modern problems, gnoseology aspect. *Young Scientist*, no. 14 (118), pp. 661-663. (In Russian).
- Preter V. P. (2023). *In the center of the cyclone: Marshall McLuhan's tools for analyzing the media environment*. Moscow, Publishing House of the Higher School of Economics, 332 p. (In Russian).
- Shylina M.G. (2009). Mediacommunication: transformation tendencies. New paradigms of research in mass communication. *Mediascope*, no. 3. Available at: <http://www.mediascope.ru/node/404> (accessed 11.12.2023). (In Russian).
- Toffler E. (1999). *The third wave*. Moscow, AST, pp. 266-277. (In Russian).

### Сведения об авторе

**Ахмадулин Евгений Валерьевич** – докт. филол. наук, профессор кафедры теории и практики массовой коммуникации, действительный член Петровской академии наук и искусств (Санкт-Петербург) и Академии наук региональной печати России, [ahmadulin@mail.ru](mailto:ahmadulin@mail.ru)

### Information about the Author

**Evgeny V. Ahmadulin** – Ph.D. of Philology, Professor of the Department of Mass Communication, Valid Member of Peter's Academy of Sciences and Arts (Saint-Petersburg) and Academy of Sciences of Regional Printing of Russia, [ahmadulin@mail.ru](mailto:ahmadulin@mail.ru)

**Статья поступила в редакцию 25.12.2023; одобрена после рецензирования 18.01.2024, принята к публикации 18.01.2024.**

**The article was submitted 25.12.2023; approved after reviewing 18.01.2024; accepted for publication 18.01.2024.**