

РОЛЬ МЕДИА КАК КУЛЬТУРНОГО ПОСЛАННИКА В ГЛОБАЛИЗИРОВАННОМ МИРЕ

Шулакова Екатерина Игоревна

бакалавр, Московский государственный лингвистический университет, РФ, г. Москва

THE ROLE OF MEDIA AS A CULTURAL AMBASSADOR IN A GLOBALIZED WORLD

Ekaterina Shulakova

Bachelor of arts, Moscow State Linguistic University, Moscow

Аннотация. В современном глобализированном мире роль медиа как культурного посланника оказывает глубокое воздействие. Они выходят за пределы своей традиционной функции информационного посредника, играя ключевую роль в формировании общественного мнения и восприятии культурных ценностей. В анализе воздействия медиа стоит обратить внимание на дихотомию: оно способствует глобальному единству, но также может укреплять стереотипы и создавать культурные барьеры.

Abstract. In the contemporary globalized world, the role of media as a cultural envoy has a profound impact. Going beyond its traditional function as an informational intermediary, media plays a key role in shaping public opinion and influencing the perception of cultural values. In analyzing the impact of media, attention should be drawn to the dichotomy it presents: while contributing to global unity, it can also reinforce stereotypes and create cultural barriers. Negative impacts encompass commercialization and sensationalism, distorting perceptions of culture. To achieve global unity, more responsible media methods that encourage diversity and mutual understanding are essential.

Ключевые слова: медиа, культурный посланник, глобализация, информационные каналы, дихотомия воздействия медиа.

Keywords: media, cultural envoy, globalization, information channels, dichotomy of media impact.

В нашем современном, глобализированном мире глубокое воздействие медиа как культурного посланника не может быть переоценено. В эпоху, когда границы стираются, а связи становятся все более плотными, медиа выходит за пределы своей традиционной роли информационного посредника.

В первую очередь, медийные платформы функционируют как ключевые информационные каналы, предоставляя аудитории обширную картину событий в мировом масштабе. В условиях глобализации и технологического развития, медиа выходит за рамки традиционных новостных форматов, становясь важным фактором для формирования общественного мнения и восприятия культурных ценностей.

Однако, следует отметить, что влияние медиа в контексте глобализации не ограничивается лишь информационным аспектом. Медийные платформы становятся форумом для взаимодействия различных культур, обеспечивая аудитории уникальную возможность ознакомиться с разнообразием и многообразием культурного наследия мира.

В рамках анализа воздействия медиа в современном мире стоит обратить внимание на дихотомию, которая проявляется в его воздействии на общество. На первый взгляд, медиа выступает в роли стимулятора глобального единства, предоставляя платформу для обмена информацией и идеями на мировом уровне. Однако, важно осознать, что оно также может служить источником укрепления стереотипов и формирования культурных барьеров, что подчеркивает необходимость более внимательного взгляда на его функцию в современном обществе.

При рассмотрении отрицательного влияния медиа необходимо выделить такие явления, как коммерциализация и сенсационизм. Эти элементы, часто характерные для медийной среды, способны исказить реальные культурные особенности и поддерживать поверхностные представления. Коммерциализированный подход может привести к упрощению и стереотипизации представлений о культуре, в то время как сенсационные заголовки могут создавать иллюзию искаженной реальности. Такие аспекты воздействия медиа могут создавать преграды для взаимопонимания и разрушать потенциал для гармоничного культурного взаимодействия.

Следовательно, несмотря на свою важность как культурного посланника, медиа требует более глубокого исследования и критического взгляда на свои методы. Для достижения заявленных целей глобального единства и разрушения культурных барьеров, важно развивать более ответственные и сбалансированные подходы к созданию и распространению информации. Это включает в себя активное поощрение разнообразия и взаимопонимания культур в контексте мировой арены, с целью создания более толерантного и инклюзивного общества.

Приход цифровой эпохи радикально изменил облик культурной дипломатии, выдвигая медиа на передний план формирования глобальных представлений. Через обширные каналы телевидения, радио, социальных медиа и различные онлайн-платформы люди теперь подвергаются невиданному разнообразию культурных повествований, традиций и точек зрения. Медиа, таким образом, становится неотъемлемым мостом, соединяющим людей из разных уголков мира, способствуя глубокому чувству общей человечности в лоскуте культурного многообразия [2].

Один из наиболее значимых аспектов роли медиа как культурного посланника заключается в его способности вызывать и разрушать стереотипы. Через искусство повествования, увлекательные документальные фильмы и нюансированное новостное вещание медиа обладает трансформационной силой представлять аутентичные образы различных культур. Разрушая предубеждения и предоставляя окно в богатое многообразие глобальной культуры, медиа становится могучей силой, строящей мосты между сообществами, которые когда-то разделяли невежество или предубеждение.

Влиятельная роль медиа в формировании общественного мнения требует этического и культурно чувствительного подхода к вещанию. Издания несут ответственность за передачу культурных событий с точностью и уважением. Этические принципы журналистики обеспечивают представление разнообразных культур с достоверностью, способствуя глубокому пониманию традиций и ценностей соответствующих общностей. Соблюдение этих принципов не только способствует культурному просвещению, но также способствует развитию более инклюзивного глобального дискурса.

Концепция медийной дипломатии выходит за рамки традиционных отношений государств. В современном взаимосвязанном мире фигуры, влиятельные личности и создатели контента действуют в качестве неформальных посланников, используя различные медийные каналы для представления своих культур. Влиятельные личности в социальных медиа, блогеры и создатели онлайн-контента, в частности, стали влиятельными культурными посланниками, формируя представления разнообразных аудиторий по всему миру. Этот децентрализованный подход к медийной дипломатии подчеркивает силу международных связей на уровне

основного взаимодействия в поощрении взаимопонимания между культурами [7].

Хотя медиа как культурный посланник несет в себе огромные возможности для углубления мирового понимания, она сталкивается с вызовами. Проблемы, такие как культурная апроприация, недостоверное представление и распространение дезинформации, подчеркивают важность ответственных медийных практик. Нахождение баланса между развлечением и культурным образованием необходимо для того, чтобы медиа служило положительным фактором в формировании межкультурных отношений. Преодоление этих вызовов предоставляет возможность индустрии медиа эволюционировать ответственно и внести свой вклад в более просветленное глобальное общество [3].

Роль медиа как культурного посланника предстает как многослойная и динамичная сила, оказывающая огромное воздействие на международные отношения и культурные обмены. В современном мире, где информационные потоки переплетаются, медиа выступает в роли фасилитатора взаимодействия между культурами, создавая понимание и уважение различий. Разнообразие культур, представленное в медийных форматах, становится инструментом углубления глобального единства.

Несмотря на значительные возможности, которые предоставляет индустрии медиа, она сталкивается с существенными вызовами. Один из таких вызовов заключается в необходимости борьбы с культурной апроприацией, когда элементы одной культуры заимствуются или используются другой культурой без должного уважения. Это явление может привести к искажению представлений и уменьшению культурного многообразия. Для индустрии медиа важно разработать этические нормы и стандарты, которые бы способствовали уважению культурных особенностей и предотвращали негативные последствия апроприации [4].

Другим существенным вызовом является управление дезинформацией, особенно в эру цифровых технологий и социальных сетей. Распространение ложной или искаженной информации может существенно подорвать доверие к медиа и создать плодотворную почву для социальных конфликтов. Индустрии медиа необходимо активно стремиться к высоким стандартам фактической точности и надежности, а также разрабатывать механизмы контроля за дезинформацией, чтобы поддерживать доверие общества к предоставляемой информации. Вместе с тем, для успешного развития индустрии медиа важно не только преодолеть эти вызовы, но и сбалансировать развлекательные аспекты с культурным образованием. Предоставление аудитории контента, который не только развлекает, но и обогащает знания и понимание культур, является ключевым компонентом эволюции медийных практик. Продолжение работы в этом направлении предоставляет отрасли медиа возможность не только успешно справляться с вызовами современности, но и способствовать формированию более открытого, инклюзивного и глобального общества.

Список литературы:

1. Bell D. The Coming of Post-Industrial Society. A Venture in Social Forecasting. N.Y.: Basic Books, 1973.
2. Castells M. Information Age: Economy, Society and Culture Vol. I-III. Oxford: Blackwell Publishers, 1996-1998.
3. Dictionary of Media and Communication Studies. Jamew Watson, Anne Hill. London, Arnold Publishers, 2000.
4. Masuda Y. The Information Society as Postindustrial Society. Washington.: World Future Soc., 1983.
5. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory. Sage Publications., 1983.
6. Балмаева, С. Д. Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика / С. Д. Балмаева.

Екатеринбург, 2010. - 146 с.

7. Белл Д. Социальные рамки информационного общества //Новая технократическая волна на Западе.-М., 1986. – 362 с.

8. Вартанова Е. Л. Конвергенция в электронных СМИ: методики преподавания - М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, Некоммерческое партнерство факультетов журналистики, 2007. - 27 с.

9. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. / Е. Л. Вартанова. - М.: Аспект Пресс, 2003. - 413 с.

10. Вартанова, Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ? / Е. Л. Вартанова // Развитие информационного общества в России. Том 1: Теория и практика. СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2001. - С. 157-164.