

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ЛУГАНСКОЙ
НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОУ ВПО ЛНР «ЛУГАНСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКО»**

**ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ**



ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

**Материалы I Республиканской
научно-практической конференции**

Луганск, 12 апреля 2018 г.



**ЛУГАНСК
2018**

УДК [(316.77:ЗМІ):659.1]–048.76(082)
ББК 76.0я43+60.842я43
И 74

Рецензенты:

- Перетятая О.С.** – кандидат филологических наук, и.о. заведующего кафедрой украинской филологии и издательского дела ГОУ ВПО ЛНР «ЛНУ имени Тараса Шевченко»
- Нередкова С.С.** – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой славянской филологии ГОУ ВПО ЛНР «ЛНУ имени Владимира Даля»
- Леоненко А.С.** – кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Луганской государственной академии культуры и искусств им. М. Матусовского

И 74 **Информационные изменения в эпоху глобализации** : материалы I Республиканской научно-практической конференции (12 апреля 2018 г.) – Луганск : Книта, 2018. – 188 с.

Сборник статей по результатам работы конференции содержит оригинальные материалы ведущих и молодых ученых в области журналистики, рекламы и связей с общественностью, посвященные актуальным проблемам СМИ, связи культурных ценностей и современной журналистики, и функционирования современного медиапространства.

Предназначено для студентов высших учебных заведений – будущих работников СМИ, магистрантов, аспирантов и преподавателей высших учебных учреждений.

Под редакцией коллектива авторов

*Печатается по решению Научной комиссии
Луганского национального университета имени Тараса Шевченко
(протокол № 13 от 19 июня 2018 года)*

УДК [(316.77:ЗМІ):659.1]–048.76(082)
ББК 76.0я43+60.842я43
И 74

©Коллектив авторов, 2018
©ГОУ ВПО ЛНР «ЛНУ имени Тараса Шевченко», 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Приветственное слово первого проректора ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко» Сорокиной Г.А.....	5
Мамонтова С.А. Проблемы и позитивные аспекты функционирования региональных СМИ в ЛНР.....	6
Лаушкин Ю.И. Актуальные проблемы региональных СМИ в условиях трансформации общества.....	11
Фоменко В.Г. Н.П. Анциферов, И.М. Гревс о влиянии городской культуры на исторический образ города.....	15

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СМИ

Власюк И.В., Скнарина Е.Ю. Жанровый потенциал спортивной прессы: к теории вопроса.....	20
Воронова Е.С. Языковые способы построения медийного события в информационной войне.....	24
Ивашков П.Ю. Доминирующие жанры футбольных материалов в новых медиа.....	29
Каторгина Д.Ю. Особенности развития радиожурналистики в 60-70-е годы.....	35
Пономарев А.В. Развитие регионального телерадиовещания в Кировске.....	39
Скиндарь М.А. Последствия общения в медиаориентированных сообществах сети Интернет.....	46
Стрельченко А.В. Женские журналы: к определению понятия.....	52
Сурикова В.А. Аналитическая журналистика: функциональный аспект.....	57
Чернопищук Н.А. Формирование медийного пространства современного Луганска.....	63
Шагаевская С.А. Особенности освещения военных конфликтов в телевизионных СМИ.....	69

КУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ И СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

Бабичева О.А. Жанровые особенности печатных изданий popularizing культуру.....	72
Гузу В.И. Журнал «Огонек» в современном медиапространстве.....	78
Корниенко Т.А. Авторская журналистская программа как уникальная медиаплатформа для выражения гражданской и социальной позиции.....	85
Красильщикова Н.А. Реализация функций журналистики в	

республиканской газете «Жизнь Луганска».....	91
Кускова А.С. Журналистская деятельность А.П. Чехова и путевые очерки автора.....	97
Мелкумян Н.Н. Категории социолингвистического изучения женской эссеистики.....	103
Молчанова К.А. Концепции отечественных трэвел-программ (на примере телевизионных проектов «Клуб путешественников», «В поисках приключений», «Орел и решка»).....	108
Пахомова В.Е. Освещение сферы личной жизни в желтой прессе.....	114
Савченко А.К. Исторические вехи спорта и различные формы его информационной поддержки.....	121
Якименко Л.Н. Політична карикатура періоду «холодної війни» (1960-ті рр.) (на матеріалі газети «Красная звезда»).....	127

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Арданов А.Ю. Архетипные образы современных политических лидеров.....	136
Власова Т.В. Использование политических PR-технологий при конструировании имиджа Главы государства (на примере Э. Макрона).....	142
Герасимов А.В. Социологический анализ политических информационных компаний и проблемы развития прикладной социологии.....	148
Голобокова А.А. Концептуальные основы управления эмоциями в рекламной коммуникации.....	154
Киселёва К.А. Информационные войны в современном медиапространстве.....	160
Куянцева Е.А. Мифологическая природа связей с общественностью: исторический аспект.....	165
Нестерова А.И. Проблема несоответствия конструируемого медиаимиджа Луганска с общественным мнением.....	173
Серостанова О.Б. Специфика влияния глобализации на массовую культуру и коммуникацию.....	177
Филипенко Ю.А. Функционирование пресс-служб в Луганской Народной Республике.....	181
Сведения об авторах	183

УДК 316.32

СПЕЦИФИКА ВЛИЯНИЯ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА МАССОВУЮ КУЛЬТУРУ И КОММУНИКАЦИЮ

Серостанова О.Б.
ассистент кафедры журналистики
и медиакоммуникаций
ЛНУ имени Тараса Шевченко
г. Луганск

Аннотация: В статье рассматриваются аспекты дискурса СМК в контексте глобализации. Акцентируется внимание на становление медиапространства, в основе которого заложена новая глобальная культура.

Ключевые слова: глобализация, информационное общество, масс-медиа, демассификация, общество «сетевых структур», медиапространство, медиаимперия.

Abstract: The article discusses the discourse aspects of mass media in the context of globalization. Attention is focused on the formation of the media space, which is based on a new global culture.

Keywords: globalization, information society, mass media, demassification, the society of "network structures", media space, media empire.

В конце XX превалирующим фактором развития человечества становится глобализация. Этот процесс становится основой новой системы функционирования мира в XXI веке, в которой люди пребывают в постоянной взаимосвязи. Глобализация стала площадкой контактов и связей между странами и народами в сфере культуры, технологий, экономики и торговли. Во многом, формированию подобных взаимоотношений способствовали масс-медиа. Речь идет о превалирующем влиянии сферы услуг и информатизации жизни.

Вместе с тем, происходит формирование двух полюсов: информационные общества и общества, которые находятся в позиции «догоняющих» развитые страны Запада. Разрыв между данными точками существенно увеличивается под воздействием СМИ на принципах глобального информационного вмешательства.

Процессы глобализации принуждают все страны и континенты вступать в постиндустриальную эпоху, порождаящие новые символы, ценности, нормы и средства выживания. Одним из таких средств становится информация.

Значение масс-медиа в контексте глобализации и информатизации исследовали Д. Белл, Э. Тоффлер, М. Кастельс, С. Аткин и др.

В частности, Мануэль Кастельс в своем труде «Информационная эпоха: экономика, общество и культура» последовательно раскрывает собственную концепцию становления общества «сетевых структур», сформированное по принципу глобальных сетей [2]. Сетевое общество – это общество

взаимозависимых узлов, в которые включены глобальная сеть СМИ, выступающие инструментом создания медиакультуры сетевого общества [3].

В настоящий момент деятельность масс-медиа как и характер массовой коммуникации определяется глобальными процессами, без научного обоснования которых невозможно постижение закономерностей развития культуры в современных реалиях. Глобальные трансформации обусловлены вступлением человечества в информационную эру, сопровождающиеся сложнейшими процессами коммуникационной революции, информационных и психологических войн [1]. Последние, в свою очередь, становятся платформой для формирования нового мирового порядка.

Начиная с 80-х гг. XX века, появляются глобальные средства массовой информации – медиа-империи, такие как CNN или же BBC. Вопрос заключался в том, что в руках данных медиа-империй аккумулируется значительная экономическая и политическая власть. Она обусловлена возможностью манипулировать общественным сознанием, создавать параллельное виртуальное пространство, продиктованное властными структурами развитых стран.

В настоящий момент глобализация преимущественно осуществляется за счет транснациональных медиаконцернов, таких например, как Walt Disney или Time Warner, которые также способствуют формированию глобального информационного пространства.

Современная культура все более абстрагирована от исторических и географических условий и реализует себя в медиaprостранстве электронных коммуникаций, где создаются аудиовизуальные гипертексты культуры визуальной реальности. Соответственно человек получает информацию фрагментарно, однобоко и оказывается не в состоянии сформировать собственное мнение. Причем, глобализации расширяется границы действия цифровой техники, электронных СМИ. Сегодня каждый может благодаря масс-медиа, оказаться в любом пространстве и времени. Подобная теоретическая модель является ярчайшим примером многоаспектности современной глобализации процессов, в контексте которых осуществляется развитие масс-медиа.

Глобальные процессы проявляются в первую очередь в сфере массовой коммуникации, а их экономические и политические проявления являются следствием становления глобального информационного пространства, образованного транснациональными масс-медиа. Последние играют ведущую роль в глобальных процессах, так как обладают способностью распространять по всему миру не только новую информацию, но и идеи, ценности, способы мышления. Однако глобализация информационного обмена и коммуникации не ведет к слиянию различных культур и стиранию культурных отличий. Наоборот, особенностью современной мировой культуры является ее полимодальность и толерантность к различным этническим идентичностям.

Итак, в мировой культуре нового типа глобальные культурные образцы и стили жизни, пропагандируемые через искусство рекламы, соединяется с региональной идентичностью, которая сегодня приобретает большую значимость наряду с политической и классовой. Для становления медиапространства новой глобальной культуры характерна диффузия стилей жизни, свойственных разным этническим группам и культурным традициям, в массовой культуре большинства стран доминируют образцы, являющиеся типичными для западной, преимущественно, американской медииндустрии. В локальных условиях эти образцы трансформируются под влиянием локальных норм, приобретая гибридные формы. Например, феномен японской массовой индустрии аниме, феномен корейских дорамов (насыщенные эмоциями сериалы о любви, верности, предательстве или нежности) и т. п. Вследствие этого, явлению глобализации дается неоднозначная оценка.

Анализируя феномен современной культуры множество исследователей зачастую подчеркивают негативные ее последствия. В то же время, следует выделить и ряд положительных моментов — культурное значение массовой культуры заключается в том, что СМИ и современные полиграфические, телекоммуникационные технологии позволили сделать массовым наследием все исторически известные достижения архитектуры, скульптуры, живописи, театра, литературы, кино. Именно благодаря этому массовую культуру считают индикатором уровня культуры общества. Наряду с кабельным телевидением, спутниковой связью, массовая культура позволяет любому индивиду иметь собственные, индивидуальные базы данных и знаний, отображаемые по интересам объемные фонды библиотек, видео, образовательные информационные системы, открываются возможности для творческого и индивидуального общения. В настоящий момент мы наблюдаем каким образом характер массовой культуры меняет облик современности. Индивидуальная информационная система становится реальной базой демассификации современной культуры. Возникает многоаспектный по своим социальным последствиям процесс индивидуализации, в котором реализуется возможность свободного выбора информации, свободного доступа, формирования собственного я и своей информационной культуры. В этом процессе взаимодействуют две тенденции массивификации и демассификации, таким образом, возникает возможность создания социальных групп, коллективов, которые состоят из свободных, культурноразвитых и гармонично взаимодействующих индивидов.

Глобализация увеличивает уровень взаимозависимости на больших расстояниях государств друг от друга в экономической, политической и культурной сферах. Наиболее существенным аспектом глобализации является расширение культуры, идей и информации. Расширение

информационных технологий также является преимуществом глобализации и усовершенствует, облегчает возможности связей между людьми.

Таким образом, глобализация имея как положительные, так и отрицательные последствия, открывает перед людьми качественно новые возможности.

Глобализация, ускоренное развитие транснациональных компаний угрожает самому существованию национальных государств новой формой мобильного духовно-экономического империализма, который все больше захватывает рынки сбыта, посредством СМИ и культуры навязывает свои правила игры, ценности, взгляды. Фильтрация информации, сконцентрированной в англоязычном мире приводит к тому, что страны постсоциалистического пространства с одной стороны отодвигаются от установленных равноправных отношений в области информатики и обмена информацией, а с другой – становятся объектами массовой культуры и мировоззренческой экспансии, и как следствие, экспансии иностранного капитала. Отечественные производители не имеют возможности проявить себя не только на мировом, но и на внутреннем рынках.

Литература

1. Маркузе Г. Одномерный человек. Исследование идеологии Развитого Индустриального Общества. / Г. Маркузе. – М., 1994. – 368 с.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Электронный ресурс] // Библиотека Гумер. – 2009. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/09.php
3. Луман Н. Что такое коммуникация? [Электронный ресурс] // «Социологический журнал», № 3, 1995 год. Перевод с немецкого и примечания кандидата социологических наук Д. В. Озирченко. Перевод выполнен по изданию Luhmann N. Was ist Kommunikation/Information Philosophie Marz 1987. S. 4-16. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. – 20.02.2009. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2954>

Научное издание

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ
В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

**Материалы I Республиканской
научно-практической конференции**

12 апреля 2018 г.

Редакция оставляет за собой право технического и стилистического редактирования статей. Авторы статей несут полную ответственность за содержание статьи.

Под редакцией коллектива авторов

Дизайн обложки – Д.Ю. Каторгина

Верстка – В.В. Мирошник

Подписано в печать 26.06.2018. Бумага офсетная.
Гарнитура Times New Roman. Печать ризографическая.
Формат 60×84/16. Усл. печ. л. 10,82. Тираж 100 экз. Заказ № 78

Издатель

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет
имени Тараса Шевченко»
«Книга»**

ул. Оборонная, 2, г. Луганск, 91011. Т/ф: (0642) 58-03-20
e-mail: knitaizd@mail.ru