

# Editorial



Содержание этого номера разнообразно и охватывает значительный пласт исследований – от все еще популярной концепции информационного общества до публицистических споров В.Ф. Одоевского и славянофилов, классических понятий стратегических коммуникаций – имидж и репутация, японских манга и современного понимания медиатекста.

Пытаясь понять, что же объединяет столь разные, но имеющие очевидную общую почву понятия, хочется обратиться к используемым сегодня все чаще дефинициям «медиафера», «медиасреда», «медиапространство». Для многих исследователей ясно, что под этими терминами скрыты не только процессы формирования общих технологических платформ, но и процессы возникновения единых массивов содержания, в которых неразличимы и неразделимы типы текстов, жанры, авторы, типы масс-медиа.

Совершенно очевидно, что современные медиа все чаще объединяют прежде далекие друг от друга явления, не просто помещая их рядом в общем пространстве медиатекста, но и интегрируя их. Так, новостная журналистика все чаще объединяется с развлекательной, придавая новостям свойства аттракциона. Серьезный анализ повестки дня соединяется с масскультом, превращая проблемы и трагедии современного мира в зрелище, отвлекающее от повседневности. Информация становится рекламой, инструментом создания виртуальных капиталов, которые оказываются важнее денег и других экономических ресурсов.

Другой стороной этих интеграционных процессов выступает технологическая конвергенция, преобразующая разделенные прежде сегменты индустрии, профессии, навыки. Кажется, что современной мультимедийной редакции под силу все – и газетная новость, и журнальная статья, и радиопередача, и документальный сюжет.

В результате все большее число исследователей пытаются ввести в научный оборот новые термины, которые, конечно, подмечают динамику процессов и даже фиксируют актуальные явления, но все-таки не получили пока широкого признания академического сообщества.

И поэтому вновь встает вопрос о необходимости масштабной системной работы по уточнению терминологического аппарата, о систематизации не только имеющихся дефиниций, но и теоретических подходов к СМИ и журналистике, даже о выработке актуального времени и корректного названия нашей научной дисциплины – изучающей, помимо журналистики, масс-медиа, медиасферу, медиапространство.

Пишите нам))

*Елена Вартанова*