

Медиа и медиатехнологии в коммуникационном пространстве современного социума

Media, commutation and social reality: artefacts, processes and trends

12 апреля 2018 г. на факультете истории, политологии и права (далее – ФИПП) РГГУ прошла Международная научная конференция «Медиа и медиатехнологии в коммуникационном пространстве современного социума», организованная совместно с Санкт-Петербургским политехническим университетом Петра Великого и Академией медиаиндустрии при поддержке международного научного рецензируемого журнала “Russian Journal of Communication” и периодического научно-практического издания «Журналист. Социальные коммуникации» (Россия, Москва). Данное мероприятие было проведено в рамках многолетнего и апробированного в международном исследовательском сообществе межвузовского научно-образовательного проекта, который реализуется при участии кафедры теории и практики общественных связей ФИПП РГГУ и направлен на комплексное изучение философии коммуникации и коммуникативных наук.

Компоновка программы сама по себе стала своего рода медиа – основой для разворачивающейся во времени диалогичности, содержательной дополнительности и эвристической дискуссионности. Основными темами для обсуждения стали: генезис и онтологии феномена медиа, социально-культурные и прикладные интерпретации изучения медиа. С учетом такого разноаспектного подхода наиболее подходящим для информирования о конференции был выбран вариант публикации кратких авторских сообщений основных участников конференции, которые и предлагаются вниманию читателей.

И. Клюканов

*профессор кафедры коммуникативных исследований
Восточно-Вашингтонского университета (США),
главный редактор "Russian Journal of Communication",
доктор филологических наук*

Прежде всего необходимо определить исходные понятия начиная с самого главного понятия применительно к теме конференции – понятия «медиа», т. е. необходимо определить, что мы можем рассматривать в качестве «медиа» и что не можем. Граница медиа как явления весьма подвижна. Например, известный американский теоретик коммуникации Джон Питерс недавно издал книгу, буквально год-два назад, которая называется «Чудесные облака: к истории стихийных медиа». В этой книге он показывает, что так называемые новые медиа не являются новыми, на самом деле они очень старые и уходят корнями к природным стихиям в буквальном смысле слова. То есть природа, например небо, представляет собой инфраструктуру некоего масштабного сообщения. Это широкое понимание феномена медиа. Но чаще всего, однако, под медиа понимают формы и способы опосредования, медиацию между социальным и индивидуальным. И если принять такое определение, то возникает вопрос: «Как соотносится, скажем, философия медиа и медиа наука с семиотикой, которая, как известно, также занимается изучением медиации?», т. е. в семиотике рассматривается опосредование при помощи знаков, интерпретации знаков, семиозиса и т. д. Например, участие в конференции может быть очным, а может происходить в дистанционном, компьютерно-опосредованном режиме. Соответственно, куда отнести такой жанр? К ведению медиа науки или же к изучению медиа семиотики?

Далее, семиотическое видение коммуникации акцентирует внимание на опосредованности и, соответственно, как считают многие, не уделяет достаточного внимания непосредственности переживаемого опыта, то есть феноменологии, которая как раз направлена на изучение достоверности нашего живого опыта, и, как известно, основная установка сознания феноменологии – это доверие к миру, к тому, как мы его переживаем в актах интересубъективности. Здесь возникает такой вопрос, как, например: «Есть ли место такому феноменологическому взгляду в рамках философии медиа и медиа науки? Если есть место, то каково это место и какова основная установка, скажем, философии медиа в отличие от установки феноменологической?».

Определение базовых понятий является важным не только в научном плане, что само собой разумеется, но и в плане дисциплинарном. Например, что представляет собой «медиалогия» и «медиология»; являются ли они дисциплинами; являются ли они направлениями исследований или областями знаний или чем-то еще. Можно вспомнить здесь, кстати, что сама наука о коммуникации, ее статус еще не являются достаточно устоявшимися, как даже и само название этой области знания.

Все эти вопросы: что такое медиа? что не является медиа? что представляют собой «медиалогия» и «медиология»?», являются социально важными, и, разумеется, особую важность здесь имеют социальные институты. Следует, однако, помнить, что все решения по этим вопросам принимаются людьми в самых различных ситуациях общения и даже в рамках, например, такой конференции, как наша. Любое такое решение — это некий акт фронезиса, пользуясь термином Аристотеля, или проявление некой практической мудрости.

И если уж речь зашла об Аристотеле, то следует вспомнить, что все мы включены в социальную деятельность и создаем некое коммуникативное пространство, в котором мы живем. Можно сказать, что это государство, полис или как-то по-другому назвать это пространство. Вот что Аристотель говорит о государстве: «Государство же создается не для того, чтобы жить вообще, но преимущественно для того, чтобы жить счастливо». Иначе говоря, мы должны знать, для чего мы все это делаем; на что направлены все те решения, которые мы принимаем, применяя практическую мудрость. Можно вспомнить фразу, которую, наверное, многие знают: «Интернет есть, а счастья нет», т. е. имеются все эти термины, а счастья нет. Говоря о счастье, опять же можно процитировать Аристотеля: «Впрочем, называть счастье высшим благом кажется чем-то общепризнанным, но непременно нужно отчетливее определить еще его суть».

Ф.И. Гиренок

*заведующий кафедрой философской антропологии
философского факультета МГУ им. М.В. Ломоносова,
доктор философских наук, профессор*

Антропология цифровой культуры

Мир, в основании которого лежит число, мыслится иначе, чем мир, в основании которого лежит бытие. В первом случае речь идет о мире Пифагора, во втором – о мире Парменида. В мире Пифагора нельзя делать две вещи. Первое – в нем нельзя скрыть тайну. И второе – в нем нельзя никого обмануть. В этом мире все тайное становится явным. А поскольку сущность каждой вещи составляет число, постольку истина в мире Пифагора всегда есть алетейя, т. е. истина, открытая со всех сторон.

Мир Парменида заморожен. В нем нельзя изменяться. В нем можно только мыслить. Мыслить значит бытие превращать в нереальный предикат. Бытие является нереальным предикатом вещей, то есть бытие того, что есть, ничем не отличается от бытия того, чего нет. Существуют вещи или не существуют – это ничего не значит. И для самой вещи все это ничего не дает. То, что бытие есть и небытия нет, означает лишь, что бытие окрашивает в один цвет как то, что есть, так и то, чего нет. Если бытие нереальный предикат, то что же позволяет вещи иметь реальный предикат? Может ли, например, вещь, которой нет, быть тяжелой? В мире Парменида это возможно. Но в нем возможно и другое. В том, что есть, никогда нет бытия. Бытийный мир допускает ложь, обман и видимости. В мире Парменида нельзя различить бытие и мысль о бытии. В нем одно можно принять за другое. В этом мире истина понимается как тайна, как нечто сокрытое, как действие в синергии с богами.

В числовом мире Пифагора сразу же обнаруживается проблема. Поскольку ложь является условием всякой коммуникации, постольку при тотальном доминировании числа коммуникация в нем невозможна в принципе. В этом мире для нее нет лжи. Коммуникативные перспективы числового мира связаны с тем обстоятельством, что человек не может быть пронумерован в этом мире. Человек – это единственное существо в этом мире, для которого нет числа. Человек – это числовой пробел мира. Где присутствует число, там отсутствует смысл. Где отсутствует смысл, там невозможен человек.

Между тем в мире Парменида также обнаруживается трудность. В нем бытие не может людям дать бытие вместе. А если бытие не может дать людям бытие вместе, то люди начинают вести рассеянное существование. Рассеянное – значит без трения друг о друга, без музыки в душе и без вечной художественности в мыслях о бытии. Человек с мыслью о бытии и без трения галлюцинирующих тел друг о друга обнаруживает в мире Парменида свою абсолютную асоциальность, ибо быть социальным значит правильно говорить. А правильно говорить значит говорить вслед за другими «сладкое», если даже ты чувствуешь, что имеешь дело с соленым. Нельзя жить в мире, если в нем чувствуют одно, а мыслят другое. Адекватной формой существования человека в мире Парменида становится отказ от понимания. Нежелание понимать, отказ от человеческого в коммуникации открывает перспективу существования трансчеловеческого, основанного на технике. Наркотическое опьянение компьютером лишает человека в мире Парменида великой субъективности, сознания.

Резюме: нельзя жить в обществе, если ты его не понимаешь, нельзя быть вместе, если это бытие не рождает грезы.

С.В. Клягин

*заведующий кафедрой теории и практики общественных связей,
ФИПП РГГУ, доктор философских наук, профессор*

«Глаз(с) бури»:

к вопросу об онтологии медиа

Поэтическое напоминание «как мир меняется, и как я в нем меняюсь, лишь именем одним называюсь» в наши/не-наши дни нашествия коммуникативных технологий наполняется смыслами силы непреодолимой. Меняются представления о мире, о человеке и человеческих общежитиях. Новые восхищения ума вызывают к жизни познания для соответствия масштабу трансформаций и метаморфоз явления медиа. Возможно всякое поколение и каждый добросовестный исследователь хотя бы раз переживают опыт инновационного совмещающего сдвига, когда «великое видится в малом», когда потребность в новом становится как бы глокальной. В таких ситуациях необходимость широты обзора соединяется с долготой и глубиной проникновения в суть базовых для искомой интеллек-

туальной экстаичности идей. В осмыслении феномена медиа такая ситуация из поколенческой и личной становится сейчас универсальным познавательным императивом. Единым образом (единого?) для обобщающего выражения сказанного может быть картина урагана, в центре воронки которого располагается «глаз(с) бури». Мгновенная неслышность бурной тишины.

Эпистемологическая интерпретация предложенной метафоры состоит из двух возможных аспектов.

Могут быть уточнены (именно приближены к «точке» понимания) представления о медиа и его устройении. Тезис М. Маклюена «the medium is the message» не может интерпретироваться только в представлениях о порционной передаче содержаний и линейном структурировании нелинейной реальности («канал коммуникации»). Медиа – это именно медиа. Место, где изменяется, перемешивается реальность, где последовательность сливается в симультанность, где объекты и раздельности проясненно-ускоренно открываются структурами и конфигурациями [1 с. 16].

Центр урагана медиа есть медиа. «Крылья» бури – это то, что мы называем медиальностью (mediality), медиатизацией реальности. В онтологическом плане это обнаруживается в том, что через потенциал медиа могут по-новому раскрываться любой объект или различные области активности человека и социума. В этом контексте могут быть также востребованы идеи о новой «материальности» как основы для переосмысления ключевых параметров и субстратного транзита в конституировании актуальных представлений о реальности (media ecologies, М. Фуллер; объектно-ориентированная онтология, Г. Харман).

А.А. Калмыков

*профессор кафедры теории и практики общественных связей
ФИПП РГГУ, доктор филологических наук*

Симфония гипертекста

Глобальная «мультиязычность» (мультирепрезентативность, мультикультурализм, мультимедиа, полионтичность, поликодовость и т. п.) не может не вызвать эффект футорошока (Э. Тоффлер), поскольку господствующий гипертекст разрушает и деканонизирует привычную линейную преемственность и детерминизм

модернистского текстуального пространства, т. е. культуры в ее традиционном понимании. Следствием этого является ряд цивилизационных вызовов и теоретической мысли, и повседневности. Достаточно упомянуть здесь тенденцию утраты персонализированного авторства (Р. Барт), деконструкцию социальных и политических отношений, коммуникативную перегрузку, цифровой, а точнее когнитивный разрыв и многое другое. «Посторонний» эпохи модерна сменился «потерянным», «запутавшимся в сетях» кликающим индивидуумом постмодерна.

Вместе с тем достаточно очевидны и преимущества гипертекста-реальности. Прежде всего прослеживаются конгруэнтность гипертекста человеческому сознанию и открывающаяся перспектива возникновения технологий продуцирования синтетической эпистемы (постнеклассическая наука). Последнее снимает постмодернистский скепсис, отрицающий истину в какой-либо ее форме.

Возникает впечатление, что границы между деструктивным и конструктивным взрывным образом расширились. Точно так же расширились пределы апофатического и какофатического оправдания бытия, открыв человеку значительно более усложненную формулу свободы воли. Решая нравственную проблему, различение добра и зла, уже невозможно опереться только на государственный закон, общественное мнение, культурную традицию и вообще на что-либо внешнее. Этот выбор становится обостренно личностным.

Гипертекст-реальность наполняется смыслом через личностную актуализацию связей с другими текстами и с текстом социокультурной реальности в целом.

Иными словами, императивом становится достижение *συμφωνία* (созвучие, согласия) личности с самим собой и окружающим миром-текстом. Требование подобной симфонии гипертекста-сознания и гипертекста-реальности как раз и является залогом правильного нравственного выбора и разрешения проблемы свободы воли.

Препятствием является тоталитарный дискурс медиа, который создает непроницаемый экран, проекцию теней реальных предметов, подобно тому, как это описано в знаменитой аллегории «Пещера» Платона. Причем силовое поле медиа неуклонно расширяется, затягивая в себя все новые аспекты частного существования. Вот почему медиа сегодня уже не только медиум, а демиург, создающий множественные перцептивные вселенные.

Однако если отнестись к медиа как к интерактивному интерфейсу между сознанием и миром, то демиург предстанет музыкальным инструментом в симфоническом оркестре со своей отдельной партией.

В 6-й новелле «Corpus iuris civilis» (корпус гражданского права) Императора Юстиниана сформулирован принцип симфонии (I половина VI в.): «Величайшие блага, дарованные людям высшею благодатью Божией, суть священство (ιερωσύνη) и царство (βασιλεία), из которых первое заботится о Божественных делах, а второе руководит и заботится о человеческих делах, а оба, исходя из одного и того же источника, составляют украшение человеческой жизни».

Царство и священство существует не только вовне, а в постмодерную эпоху – не сколько вовне. Они в индивидуальном человеческом сознании. Следовательно, для того чтобы демиург медиа не заставил «ходить по безводным местам», достаточно иметь Царя в голове, способного отличить деструктивное от конструктивного, врачующее медиа от токсичного. Другой вопрос, как Его в себе укоренить и как Ему подчиниться.

И.Б. Антонова

*профессор кафедры иностранных языков РГГУ,
кандидат педагогических наук, доцент*

Медиаразмышления о медиа

Благодаря подземным трубам,
микроскопам, граммафонам,
телефонам человек
стал протезированным Богом.

З. Фрейд

Попытка систематизации многочисленных определений медиа предполагает последовательный переход от их узкоориентированного значения как средств передачи информации к предельному толкованию как «среды рефлексии». При этом никакая рефлексия о медиа сегодня немислима вне самого медиапространства, которое в конечном счете определяет и опосредует сознание современного человека (даже этот текст неотделим от его медианосителя – компьютера, а значит, несет в себе нечто помимо своего «оригинального» смысла). Такого рода опосредование не предполагает заданности совпадений и закономерности регуляций. Наоборот, знакомясь с трудами теоретиков медиа (М. Маклюэн, Ф. Киттлер, Р. Дебре, Б. Стиглер, Ж. Лакан), автор не мог не заметить, что их исследования медиа содержат знаковые несовпадения во взглядах

(недаром Лакан предложил отойти от методологии исследования медиа с точки зрения их совпадений и изучать с точки зрения случайностей и дисторций). Очевидно, что сама сложная противоречивая природа медиaprостранства диктует свои законы его исследования, углубляя и верифицируя медиадискурс о медиа. Интересен с этой точки зрения анализ некоторыми медиатеоретиками текстов М. Маклюэна. Их структура напоминает структуру компьютерных баз данных, что можно отнести к чистой случайности (объясняемой экстравагантностью стиля автора, не более), а можно – к закономерной необходимости и единственной возможности постигать природу медиа лишь особым типом сознания, структурированным по аналогии с ними.

Знаменитый афоризм Маклюэна «*The Medium is the Message*» (изначально переведенный как «средство коммуникации есть общение») требует не только (и не столько) более расширительной современной (в связи с появлением «новых» медиа) трактовки, сколько качественно нового его осмысления. На это намекал и сам Маклюэн, впоследствии намеренно искажая собственное высказывание и сводя его к ироничной формуле: «*The Medium is the Massage*». Однако ее интерпретативный ресурс иронией отнюдь не исчерпывается: медиа сегодня возможны и необходимы к рассмотрению как особая категория *сообщения*, в котором акцентируется его функция быть *всеохватывающим* (массовым).

Существуют и другие взгляды на проблему «новых» медиа: французский философ Стиглер рассматривает их как технические средства, изначально включаемые в цикл формирования человека: для него медиа биологичны (как и для самого Маклюэна, изначально рассматривающего медиа как «расширение» человека). А для немецкого теоретика Киттлера – наоборот – развитие техники стимулируется логикой самой техники, а это значит, что медиамеханизмы – отнюдь не органичное продолжение человека, а то, что изначально от человека отчуждено. Таким образом Киттлер подвергает сомнению основное предположение Маклюэна о том, что человек – субъект всех медиа. При этом и Маклюэн, и Стиглер, и Киттлер выступают за сближение медиаисследований с исследованием человеческой ментальности. На фоне появления «новых» технологий и обязательности их интеграции со «старыми» для них важно было зафиксировать то, что являло собой обязательную предпосылку к дальнейшим исследованиям медиа: предрасположенность человеческого сознания к работе в условиях каждого следующего средства коммуникации и в конечном итоге опосредованность сознания каждым следующим средством медиа.

Г.П. Бакулев
*профессор Всероссийского государственного
института кинематографии им. С.А. Герасимова,
доктор филологических наук*

Конвергенция как способ выживания в новой коммуникационной среде

Наиболее часто обсуждаемый процесс в ходе эволюции медиа – это конвергенция, т. е. технологическое слияние разных средств коммуникации благодаря технической возможности обмениваться сообщениями: сначала объединяется контент (например, радио и газетные тексты на экране компьютера), а потом происходит слияние (например, в многофункциональных устройствах). Разумеется, процесс конвергенции не происходит без одобрения пользователей, политиков, законодателей.

Если следовать «биологической» модели медиаэволюции, процесс конвергенции особенно активен на этапе «оборонительного сопротивления», когда в сложившуюся систему врывается новая технология [2]. Об ухудшении положения старых медиа можно судить не только по сокращению численности пользователей, но и по уменьшению их дохода и доли потребления.

У старых медиа есть два пути: либо «медиаморфозис», т. е. изменение и адаптация к новым условиям, либо «медиацид», т. е. полное исчезновение одного из традиционных медиа, хотя первый вариант считается намного вероятнее, чем второй.

Конвергентность может происходить в трех формах возможной интеракции: функциональная эквивалентность (старое средство коммуникации заменяется новым), функциональная дифференциация (оба средства находят способ сосуществования) и функциональное разнообразие (оба средства коммуникации объединяются в одном многофункциональном устройстве).

Конечно, не всякое новое средство коммуникации может столкнуться старое в водоворот изменений. Во-первых, новое средство коммуникации должно предложить услугу, которой раньше не было. Во-вторых, старые медиа могут не осознавать потенциальную опасность и проигнорируют ее. В-третьих, новое средство коммуникации может восприниматься как опасное лишь для одного конкретного старого средства, только через некоторое время приходит осознание, что оно опасно и для других. В-четвертых, упадок старого средства коммуникации не обязательно происходит

мгновенно – в конкурентной борьбе старое средство коммуникации может выжать больше из своего арсенала.

К конвергенции прибегают, когда нет другого пути: «если не можешь победить, присоединяйся». Например, в конце 1990-х годов казалось, что интернет (точнее компьютер) поглотит телефонию, но сегодня серфинг по интернету мигрировал в мобильники. Снова предлагая традиционной публике параллельные средства коммуникации (например, онлайн-газеты, книги, интернет-серфинг), трансформировавшееся средство может быстро достичь стадии зрелости без особых проблем, связанных с рождением и ростом.

Е.В. Ольшанская

*доцент кафедры теории и практики общественных связей
ФИПП РГГУ, кандидат философских наук*

Медиаобраз тела:
формирование телоцентрической
мировоззренческой парадигмы
в современном массовом сознании

В современном обществе в результате воздействия массовой культуры претерпевает изменения осмысление человеком своего существования, решение экзистенциальных вопросов переносится из сферы духовного поиска в сферу телесного бытия. Современная массовая культура, демонстрирующая яркую тенденцию к интенсивному развитию и доминированию визуальной информации, наделяет человеческое тело иным онтологическим статусом.

Это находит свое выражение, по мнению Г.Л. Тульчинского [3], в новой мировоззренческой парадигме – телоцентризме. Для телоцентристской мировоззренческой парадигмы характерно следующее: телесно-визуалистская ориентация социальной и экономической сфер современной культуры, выражающаяся в консьюмеристском отношении к телу; телесно-ориентированное поведение, стремление к самовыражению человека посредством своего тела; создание функционально иных форм телесно-ориентированной эстетики.

В массовой культуре последних десятилетий конструирование новых онтологических смыслов человеческого тела происходит под воздействием современных информационных технологий, где

значительная часть визуализации этих смыслов транслируется средствами массмедиа. Демонстрацией онтологического статуса человеческого тела в визуально-ориентированной телоцентристской мировоззренческой парадигме является массмедийный образ телесности, для которого характерны: 1) эталонность и стереотипность (представление о телесности человека как о необходимом элементе для социализации индивида в определенной социальной группе или обществе в целом); 2) вариативность (подверженность влиянию модных тенденций на телесный облик человека); 3) виртуальность (демонстрация искусственно созданного симулякра «идеального» тела, которое существует только в медиареальности и отдаленно напоминает биологическое тело живого человека); 4) провокативность (побуждение к действию, к подражанию, к активному воплощению в реальности симулякра «идеального» тела).

Литература

1. Маклюен М. Понимание медиа. М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле, 2003. 464 с.
2. *Lehman-Wilzig S., Cohen-Avigdor N.* The natural life cycle of new media evolution: inter-media struggle for survival in the internet age // *New Media & Society*. 2004. Vol. 6. P. 707–730.
3. *Тулчинский Г.Л.* Тело свободы // Эпштейн М.Н. *Философия тела*; Тулчинский Г.Л. *Тело свободы*. СПб.: Алетейя, 2006. 432 с.

References

1. McLuhan M. *Understanding Media: the extensions of man*. М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц Publ.; Кучково поле Publ.; 2003. 464 с. (In Russ.)
2. *Lehman-Wilzig S., Cohen-Avigdor N.* The natural life cycle of new media evolution: inter-media struggle for survival in the internet age. *New Media & Society*. 2004;6:707-30.
3. *Tulchinsky GL.* Body of freedom. V: Epstein MN. *Philosophy of the body*; Tulchinsky GL. *Body of freedom*. Sankt-Peterburg: Aleteiya Publ.; 2006. 432 p. (In Russ.)