

1.2. Медиаповорот: философское многоголосье

Конец XX начало XXI в. характеризуется кардинальными изменениями в бытии человечества, невиданными раньше темпами и масштабами социальной динамики, которые коснулись всех сфер жизнедеятельности человека. Происходят глобальные трансформации, которые вызвали к жизни новые типы общества и новые реалии. Современные исследователи к ним относят информационное общество, информационную революцию, сетевое общество, текучее общество, общество риска и т. д. В контексте таких характеристик общества появился концепт медиаповорота как методологической и научной стратегии и направления, что соответствует нынешней динамике развития. Наступление века динамизации всех процессов

действительности, ускорение темпов жизни, появление новых открытых и альтернативно развивающихся систем поставило перед исследователями особо значимую проблему: не столько отвечать на старые вопросы, а генерировать новые, не удовлетворять заинтересованность, а увеличивать и расширять ее. Этому созвучна точка зрения В. Савчука и Ю. Солонина о том, что в постсоветском пространстве современная жизнь не питает существо философии, что в философии этого пространства нет потенциала к оригинальному метафизическому освоению современности, что философская рефлексия актуальных процессов радикально запаздывает.

Одним из направлений преодоления указанной негативной тенденции современные исследователи считают медиаповорот. Медиаповорот – это трансформация медиа, скачок в их развитии. Появились такие новообразования как медиареальность, медиасфера, медиалогия, медиавирус, медиакультура, медиаобразование, медиаискусство, медиасубъект. Все они, так или иначе, апеллируют к медиа как социокультурному феномену. Медиаповорот обращен не столько и не сколько к классическим медиа. Речь идет о появлении принципиально новых медиа. И хотя понятие медиаповорота уже вводится в философский и культурологический обиход, остается пока не исследованным его философская интерпретация. Так, в современной отечественной философии нет обобщающих работ по указанной проблеме. В зарубежной философии конца XX начала XXI в. обращение к термину «медиаповорот» актуализировалось в контексте информационного общества, виртуальной реальности, роли медиа в жизни общества. Разные позиции были представлены М. Маклюэном, Ж. Бодрийяром, Н. Луманом, Д. Рашкоффом, М. Кастельсом, Э. Тоффлером и др. У истоков медиаповорота или медиареволюции (*media-turn*) стоял М. Маклюэн, который в 60-е годы XX ст. первым заявил об универсальной роли медийных процессов в историческом развитии, о трансформации самих медиа, с одной стороны, а с другой, о том, что изменение масс-медиа приводит к трансформации всех составляющих в обществе. Эту мысль он излагает в работе «Галактика Гуттенберга» и утверждает, что общественное развитие обусловлено не ростом производительных сил, не сменой форм собственности, а средствами связи, медиа, на основе которых осуществляется общение людей [4, с. 33]. В его интерпретации история предстает в виде различ-

ных типов коммуникации и медиа. По мнению философа, не социальные, а коммуникационные революции, революции в медиа, приводят к смене в развитии общества. Основу этих процессов М. Маклюэн видит в появлении электронных масс-медиа. Электронные масс-медиа – это взрыв в коммуникации. Они создают особую медиасреду, которая определяет судьбу современного человека и общества: «Изменения, вносимые использованием электричества, сопряженные с автоматизацией, не имеют ничего общего ни с одной программой общественного устройства» [5, с. 10].

В интерпретации М. Маклюэна масс-медиа выступают посредником, связывающим фактором общественной жизни и включают в себя устное слово, рукописное слово, печать, радио, телевидение, способствуют генерации информации, смыслов и ценностей в процессе взаимоотношений социальных субъектов. Масс-медиа – это современные средства массовой информации и коммуникации. Философ рассматривал масс-медиа в контексте медиасреды в рамках определенных социокультурных отношений, определяющим фактором которых является способ коммуникации, точнее – технология, а социальная эволюция выступает как смена, совершенствование, трансформация различных типов масс-медиа. М. Маклюэн прогнозировал решающую роль электронных аудиовизуальных масс-медиа для социокультурного прогресса. Согласно этому прогнозу, господствующее место будет принадлежать не письменно-печатным, а устно-электронным формам общения, которые сокращают пространство, время и отношения, возвращая нас к множественности отношений одновременно, тем самым, приобщая к новым «макромифам», «ритуальности» и «языкам» глобальных радио- и телевизионных связей. Электронные медиа определяют роли, которые выполняет человек и которые навязывают ему аудиовизуальная телекультура, способствуя формированию сходного образа жизни, деятельности и мышления людей, живущих в разных странах, но в одни и те же эпохи. По мнению философа, электронные медиа радикально преобразуют всю сферу межчеловеческой коммуникации в направлении слияния изолированных друг от друга индивидов, наций и рас в единое коммуникативное сообщество, названное им в 1962 г. «электронным сообществом».

Свое понимание трансформации медиа М. Маклюэн обозначил весьма интересным сравнением: «Если телеграф сделал предложение

короче, то радио ускорило новость, а телевидение ввело в журналистику вопросительную интонацию». «Ускорение новости», как следует из положения М. Маклюэна, ведет не только к сокращению предложения, но и к сокращению расстояния, к преодолению отдаленности [5].

Теоретические положения М. Маклюэна позволили М. Кастельсу назвать новый этап трансформации масс-медиа как «Галактику Интернета». Перефразируя тезис М. Маклюэна, М. Кастельс считает, что «сеть есть послание человечеству» [3, с. 194]. По его мнению, системообразующим фактором выступает новое средство коммуникации – сеть Интернета, которая порождает виртуальную реальность.

Новый ракурс медиаповорота вслед за М. Маклюэном представил Ж. Бодрийяр. Он озаглавил свою работу «Реквием по масс-медиа». Что имеет в виду автор? Философ свою концепцию революционного поворота масс-медиа выстраивает в контексте диалога с Энзенбергером, отстаивающим точку зрения социалистов по поводу масс-медиа. Реквием по масс-медиа – это реквием по социалистической, точнее марксистской концепции медиа. Революцию медиа, медиаповорот, философ видит в нескольких направлениях. Его основная мысль состоит в том, что современные масс-медиа не носят диалогического характера, что обмен между медиа и потребителем масс-медиа носит сугубо символический характер, изменить, трансформировать масс-медиа возможно, только если «восстановить возможность ответа» потребителям масс-медиа, чтобы «слово» вступило в процесс обмена. Это простая возможность, подчеркивает Ж. Бодрийяр, предполагает *переворот* (выделено нами) во всей современной структуре масс-медиа [1, с. 205].

Критическому анализу Ж. Бодрийяр подвергает симбиоз масс-медиа и власти. Масс-медиа, отмечает он, в настоящий момент находятся во власти господствующих классов, обращающих их себе на пользу. Но сама структура масс-медиа остается «эгалитарной по своей сути». Вот почему именно революционной практике предстоит высвободить потенциальные возможности, заложенные в масс-медиа, но искаженные капиталистическим строем, – или, скажем так: освободить масс-медиа, вернуть им их социальное предназначение открытой коммуникации и безграничного демократического обмена [1, с. 208].

Следующим важным положением является его мысль, что масс-медиа акцентируют внимание на феномене происшествия. Они становятся основой масс-медиа, а под ними следует понимать все события такого рода, что ранее выглядели незначительными и аполитичными. Благодаря мощи средств распространения получает новый социальный и исторический размах конфликтуализация событий, они обретают новый смысл; в происшествиях кристаллизируются новые формы политики, которые в значительной степени возникают благодаря масс-медиа. Эти различные факты являются «символическими действиями», но не независимыми, а возвращенными в русло политической значимости. Нет никакого сомнения в двойственном характере оценки этих событий: если благодаря масс-медиа под внешним покровом происшествий возникает политическое измерение, то точно также благодаря масс-медиа категория происшествия повсюду захватывает политику. Впрочем, благодаря масс-медиа само происшествие изменило свой статус: из второстепенной категории, пришедшей из альманахов и народных хроник, происшествие превратилось во всеобщую систему мифологической интерпретации; в тесную сеть моделей значимости, из которой не может ускользнуть ни одно событие. В этом – суть развития современных масс-медиа. Как считает Ж. Бодрийяр, без преодоления указанной тенденции невозможно их обновление.

Тенденция, которую философ увидел и проанализировал в 70-е годы XX ст., стала глобальной. Не оказались вне этой тенденции масс-медиа Украины. К сожалению, репортажи о том, кто у кого украл, сколько стоит проведение новогодних вечеринок, наряды поп-звезд и т. п. заполняют полосы газет, журналов, радио и телевидение. Это своеобразная маскировка важных событий, затрагивающих реальную жизнь людей. Такая роль масс-медиа – шум вокруг второстепенных происшествий – с иронией обыгрывается в шоу «Вечерний Квартал».

Ж. Бодрийяр обосновывает положение о том, что революция медиа предполагает изменение функции социального контроля и солидарности с системой власти. Он убедительно доказывал эту позицию, обратившись к событиям мая 1968 года – студенческому движению во Франции. Скрытую и явную роль масс-медиа в этой ситуации философ оценивает негативно, масс-медиа не выступили резонатором

указанных событий. Они как никогда лучше исполнили свою роль социального контроля и в этой своей функции были на высоте.

Прошедшее время после публикации Ж. Бодрийяра свидетельствует о том, что его голос был услышан. Интернет и компьютер стали теми посредниками, которые разрушают установку безответности медиа. Д. Гиллмор в своей работе «Мы – медиа» отмечает новую тенденцию: появление народной журналистики, веб-страниц, смс-приверженцев, блогов, онлайн изданий. У людей появляется возможность высказаться и это, как подчеркивает журналист, одно из самых здоровых нововведений в мире масс-медиа за долгое время: «Мы слышим новые голоса, тех, кто хочет говорить и быть услышанным пусть даже относительно небольшим количеством людей» [2, с. 1]. Произошла персональная медиареволюция: «Мы больше не отделены от медиа барьером, не позволяющим нам выпустить печатное издание или организовать собственную станцию. Сегодня наши компьютеры – это наша печатная пресса, звукозаписывающая студия, телестудия и киностудия» [2, с. 9]. Под воздействием Интернета, цифровых технологий произошло превращение читателей и зрителей в активных пользователей, рассчитывающих на двусторонний диалог вместо однонаправленной лекции. Появилась новая тенденция, которую отстаивал Ж. Бодрийяр.

Свое видение медиаповорота или медиареволюции представил Д. Рашкофф в работе «Медиавирус». В его концепции представлено несколько новых моментов. Д. Рашкофф ни в коем случае не отрицает позиций М. Маклюэна и Ж. Бодрийяра в анализе медиаповорота. Он подвергает критике аналитиков медиа и философов дотелевизионной эпохи за нежелание видеть совершенно новые реалии медиа, для которых главной установкой является тезис: «...медиа могут только отображать или комментировать “нечто реальное”» [6, с. 14]. Отмечает, что «они никак не могут признать, что медиа – сами по себе нечто реальное, нечто, существующее независимо и, возможно, обладающее собственными потребностями и интересами» [6, с. 14]. На это положение следует обратить особое внимание, поскольку оно раскрывает сущность медиареальности, которую, к сожалению, М. Маклюэн не увидел, хотя и теоретически обосновал новую конфигурацию и трансформацию медиа.

Д. Рашкофф подчеркивает, что аналитики дотелевизионной эпохи не могут понять, что медиа следует понимать как некое единство. Для них медиа – то это всего лишь те каналы, с помощью которых мы обращаемся друг с другом: телевидение, печать, наклейки и т. д. Медиа трактуются ими по-прежнему «навозной кучей культурных отходов», и «за неимением лучшего занятия, просто пережевывают свою же отторгнутую пищу» [6, с. 18]. Исследователь считает, что единственная среда, в которой наша цивилизация еще может расширяться, – это эфир, иными словами – медиа. Непрерывно расширяющиеся медиа стали настоящей средой обитания – пространством, таким же реальным и, по всей видимости, незамкнутым, каким был земной шар пятьсот лет назад. Это новое пространство называет инфосферой. Инфосфера, или «медиапространство» – новая территория, открытая для человеческого взаимодействия, расширения экономики и, в особенности, для социальных и политических махинаций [6, с. 26]. Д. Рашкофф подчеркивает, что выросла хорошо разработанная инфосфера – коммуникационные каналы, через которые индивидуальные и массовые сообщения могут распределяться так же эффективно, как товары и сырье. Инфосфера переплелась с техно- и социосферами, которые она обслуживает, помогая интегрировать экономическое производство с поведением отдельных людей.

Философ утверждает, что медиа стали в век информации природной средой. Они стали заявлять на те же права, что и природа, утверждать хаос в качестве нормы, они ведут себя подобно океану, погоде или коралловому рифу, если бы они и вправду были живым существом, инфосфера – это «кровеносная» система, в которой циркулируют информация, идеи и образы. Эти положения перекликаются с позицией М. Маклюэна о возможности рассмотрения развития электронных масс-медиа как расширения нервной системы человека. Оно вызвало многочисленную критику в адрес философа. Его оппоненты считали, что такое утверждение чересчур смелое. Однако в конце XX и начале XXI века прогнозы и утверждения М. Маклюэна подтвердились. В 1987 г. Европейская комиссия выпустила Зеленую книгу по телекоммуникациям, в которой утверждалось, что телекоммуникационные сети составляют нервную систему современной экономической и социальной жизни. Если электронные каналы связи суть расширения нервной системы человека, то именно потому в них,

как утверждает Н. Винер, нет ничего такого, что не сложилось бы раньше в человеческой голове.

Д. Рашкофф разделяет точку зрения Ж. Бодрийера, что растущая автореферентность медиа (и жизни вообще) лишает нас реального опыта и помещает нас в медийный, опосредованный мир фантазии, называемый «симулякром». Этот мир разрабатывается некими лицами либо безличными силами для того, чтобы мы считали нашу подлинную неопосредованную реальность более серьезной. Появившаяся медиареальность уничтожает традиционные границы между образом и ее реальным рефреном, между прошлым и настоящим, между персонажем и действием, между манерным искусством и стилизованной жизнью. Медиа предстали не как зеркало, а как Другой. И в этом принципиально новая стратегия трансформации медиа, медийной революции. Медиареальность стала символической реальностью, разновидностью симулякра.

Д. Рашкофф не только продолжил концепции медиаповорота, высказанные его предшественниками, но и выдвинул положение о том, что в медиареальности функционируют медиавирусы, как «упаковка «послания» наших медиа», как медиасобытия, которые циркулируют в сетях медиапространства: «Протеиновой оболочкой» медиавируса может быть событие, изобретение, технология, система идей, музыкальная фраза, визуальный образ, просто умело сконструированный слоган (возможно даже парадоксальный), научная теория, громкий скандал, стиль одежды или даже поп-знаменитость – главное, чтобы она, оболочка, привлекала наше внимание [6, с. 38]. Не менее интересным является и следующее положение автора: «медиавирусные» оболочки ищут любые способные принять их в щели и лазейки поп-культуры и прилепляются в любом месте, где их смогут заметить. Прикрепившись, медиавирус вводит в инфосферу скрытые в нем концепции в форме идеологического кода – это не гены, но их концептуальный эквивалент, который мы сейчас называем «мемами». Подобно настоящему генетическому материалу, эти мемы воздействуют на то, как мы строим бизнес, обучаемся, взаимодействуем друг с другом – даже на то, как мы воспринимаем реальность [6, с. 38].

Интерпретация медиаповорота в работах известных философов М. Маклюэна, М. Кастельса, Ж. Бодрийера, Д. Рашкоффа позволяет утверждать, что их позиции не исключают друг друга, не против-

Глава 1. Медиа: философская оптика

стоят друг другу, а обогащают, взаимодополняют понимание такого сложного феномена, как медиаповорот (медиареволюция). Медиаповорот коснулся и сферы философии: появилась медиафилософия, определив новый научный дискурс. Суть этого диалога и определяет следующий вопрос: является ли медиафилософия реальностью или это научный миф?

УДК 101:316.776

ББК 87.223

М42

К 20-летию кафедры ЮНЕСКО «Философия человеческого общения»
и социально-гуманитарных дисциплин

Рекомендовано к печати кафедрой ЮНЕСКО «Философия человеческого общения» и социально-гуманитарных дисциплин Харьковского национального технического университета сельского хозяйства имени Петра Василенко (протокол № 5 от 17.12.2016 г.)

Рецензенты:

В. А. Абашиник – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и фундаментальных юридических дисциплин Харьковского экономико-правового университета;

В. В. Гусаченко – доктор философских наук, профессор Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина

Авторский коллектив:

А. П. Алексеенко, М. В. Бейлин, Л. М. Газнюк, О. Г. Данильян, Л. Н. Дениско, А. П. Дзевань, С. А. Заветный, Л. А. Карпец, И. И. Куликова, А. А. Маляренко, Н. И. Моисеева, Е. Ю. Мошинская, Д. В. Петренко, С. Г. Пилипенко, Е. В. Прудникова, Ю. А. Семенова, К. П. Яковенко

Ответственный за выпуск С. Г. Пилипенко

Авторский коллектив искренне благодарит В. А. Прудникова
за помощь в издании монографии

Медиа и философия: грани взаимодействия : монография / [А. П. Алексеенко, М. В. Бейлин, Л. М. Газнюк и др.] ; под ред. Л. Н. Дениско, С. А. Заветного. – Харьков, 2017. – 258 с.

ISBN 978-966-937-139-3

Коллективная монография посвящена философско-культурологическим и философско-антропологическим аспектам взаимодействия медиа и философии. В поле зрения авторов проблемы трансформации философии под влиянием медиа в современном информационном обществе. Отмечается, что взаимодействие медиа и философии в информационном обществе приобретает новую конфигурацию. Рассматриваются появление медиафилософии, становление медиареальности, медиасубъектов. Анализ указанных феноменов представлен в контексте новой парадигмы «мир – медиа – человек», которая не имела аналогов в предыдущие эпохи.

Для специалистов в области философской антропологии, философии культуры, социальной философии, культурных и социальных исследований и тех, кто интересуется вопросами медиафилософии и медиаантропологии.

УДК 101:316.776

ББК 87.223

© Алексеенко А. П., Бейлин М. В., Газнюк Л. М. и др., 2017

© Оформление. Издательство «Право», 2017

ISBN 978-966-937-139-3