

На правах рукописи



Черепанова Татьяна Витальевна

**ВЛИЯНИЕ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ
НА ТРАНСФОРМАЦИЮ ПУБЛИЧНОЙ СФЕРЫ
В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ**

09.00.13 – Философская антропология,
философия культуры (философские науки)

**Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата философских наук**

Омск – 2014

Работа выполнена на кафедре социально-гуманитарных дисциплин
НОУВПО Гуманитарный университет (г. Екатеринбург)

Научный руководитель: **Мясникова Людмила Анатольевна,**
доктор философских наук, профессор
НОУВПО Гуманитарный университет

Официальные оппоненты: **Латыпов Ильдар Абдулхаевич,**
доктор философских наук, доцент,
ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный
университет», заведующий кафедрой
социологии коммуникаций

Ткаченко Ольга Николаевна,
кандидат философских наук, доцент,
ФГБОУ ВПО «Омский государственный
технический университет», доцент кафедры
«Дизайн и технологии медиаиндустрии»

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Казанский
государственный энергетический университет»

Защита состоится 19 декабря 2014 г. в 13:00 часов на заседании совета по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук Д 212.177.03 при Омском государственном педагогическом университете по адресу: 644099, г. Омск, наб. Тухачевского, 14, ауд. 212.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте Омского государственного педагогического университета: <http://www.omgru.ru/>.

Автореферат разослан 15 ноября 2014 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета



Н. Л. Варова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования

Состояние современной культуры определенно связывают с теми изменениями, которые происходят в медиа: медиа становятся неотъемлемой составляющей всех сфер человеческой жизни, и любые феномены современной действительности сегодня невозможно анализировать, не учитывая их включенность в медиа-пространство.

Тема влияния медиа на социокультурную реальность стала классической для различных гуманитарных и философских теорий с середины XX столетия, однако динамика трансформаций медиа лишает сложившиеся концепции однозначности и вновь ставит вопросы, на которые, казалось, уже получены ответы. К числу таких вопросов относится и проблема реализации посредством новых медийных практик эффективной публичной дискуссии и формирования публичной сферы.

Термин «публичная сфера» необходим для описания процесса коллективного участия в обсуждении и решении важных социокультурных проблем. В современной исследовательской практике и дискуссиях в интеллектуальной публицистике трансформацию способов массовой коммуникации ассоциируют и с изменением статуса публичной сферы – под вопрос ставится сама возможность ее существования и реализации в современных медиакоммуникациях.

Несмотря на произошедшие социокультурные изменения, в сфере исследования медиа и медиа-технологий до сих пор доминирует мнение, что медиа выполняют не только информативную функцию, но так же формируют картину мира, продуцируют модели поведения, влияют на общественное мнение. Появление электронных медиа и новых форматов коммуницирования, казалось бы, совершенно изменило ситуацию: теперь уже институционализированные СМИ вынуждены конкурировать с нехитрыми роликами, снятыми при помощи сотового телефона. Однако стереотип сохраняется: в глазах многих исследователей, интернет превращается в мощнейший инструмент манипулирования общественным сознанием. Это мнение подкрепляется множественными примерами: поскольку именно в сети сейчас более всего реализуется социальная активность и обмен информацией, лидеры политических движений получают возможность быстро формировать группы единомышленников, и вот уже любой человек уверенно определяет собственные политические позиции и высказывается за или против действий правительства. Отсюда особую актуальность начинает приобретать культурфилософское измерение современных медиакоммуникаций.

Не менее острой также является тема изменений, которые происходят в мышлении и поведении человека в условиях функционирования электронных медиа. Технологические достижения в области средств коммуникации оказываются силой, обуславливающей не только появление новых источников информации, но и зарождение новых форм выражения собственного мнения. Однако вместе с признанием абсолютной коммуникативной свободы индивида, сегодня все чаще говорят об утрате им навыков критического мышления, продолжая тему «смерти интеллектуала», открытую еще Ю. Хабермасом. Эта проблема также нуждается в философско-антропологическом осмыслении.

Таким образом, сегодня в философии актуализируются вопросы о том, как и почему происходит формирование общественного мнения, какие события вызывают резонанс общественности, действительно ли общественно значимый дискурс производится обществом или это результат идеологической манипуляции и пропаганды, актуален ли еще формат общественного обсуждения как признак демократических устремлений.

Степень разработанности проблемы

Обращение к теме медийности современной культуры актуализирует в рамках данного исследования, в первую очередь, вопрос о *роли медиа в формировании новых социокультурных отношений*. Различные проблемы, связанные с развитием, функционированием и влиянием медиа рассматривали в своих трудах Ж. Бодрийяр, Н. Больц, П. Бурдье, Д. Ваттимо, П. Вирильо, Д. Гиллмор, Б. Дубин, М. Зандботе, Г. Зверева, М. Кастельс, Р. Капурро, Ф. Киттлер, Н. Луман, М. Маклюэн, Йо Райхертц, Г. Рейнгольд, П. Слотердаик, В. Фаульстих, В. Флуссер, Й. Хельбиг, Р. Хоггарт и др. Особо необходимо отметить работы о медиа, в которых представлены *социокультурные практики конструирования реальности посредством СМИ*. Это исследования таких теоретиков и практиков в области массовых коммуникаций как П. Ф. Лазарсфельд, Г. Д. Лассуэл, У. Липпман, Г. Лэнг, К. Лэнг, Д. Рашкофф и др.

В контексте анализа различных социокультурных трансформаций последнего времени актуальность приобретают сложившиеся подходы *философского анализа культуры*, представленные такими именами как Ю. Асоян, В. Беньямин, Р. Барт, А. Я. Гуревич, Г. Дебор, Л. А. Закс, Г. Зиммель, М. С. Каган, Э. Кассирер, Э. С. Маркарян, Х. Ортега-и-Гассет, У. Эко, М. Эпштейн и др. В российской исследовательской практике наиболее интересными в аспекте анализа *медийности современной культуры* можно назвать исследования С. Бодруновой, Е. Г. Дьяковой, В. Зверевой, И. Инишева, Е. Кртиловой, В. Савчука, Н. Соколовой, А. Д. Трахтенберг, О. В. Шабуровой и др.

Тема *медиа* сегодня становится все более востребованной в разных областях гуманитарного знания, и необходимость исследования медиа и медийности постоянно реактуализирует перед исследователями вопрос о *методологии*

анализа медиа, а также возможности и перспективах существования новой дисциплины – философии медиа. Безусловное значение для определения эффективных методологий в понимании сущности медиа и задач медиатеорий имеют походы Л. Визинга, Р. Дебрэ, М. Зандботе, М. Зееля, С. Кремера, Д. Мерша, Ш. Мюнкера, А. Рёслера, Р. Фитца, М. Фогеля, Ф. Хартмана, Б. Штайгера и др. Российская школа медиафилософии известна в основном исследованиями В. Савчука.

Анализ медийности современной культуры не может осуществляться без обращения к теоретическим подходам в описании *информационного общества*, представленным в классических трудах Т. Адорно, Г. Андерса, З. Баумана, Д. Белла, З. Бжезинского, Э. Гидденса, Э. Дюркгейма, В. Л. Иноземцева, М. Кастельса, И. А. Латыпова, Ж.-Ф. Лиотара, Ж. Липовецки, Г. Маркузе, Н. Постмана, Т. Розака, Э. Тоффлера, А. Турэна, Ф. Уэбстера, М. Хоркхаймера и др.

Исследование новых медиа неразрывно связано с необходимостью анализа тех изменений, которые происходят с человеком в самых разных аспектах. Медиизация личности, визуализация мышления, «о-публикование» приватного и интимного, трансформация института авторства, и другие проблемы актуализируют философско-антропологическое видение современных культурных процессов. В этом плане важную методологическую роль играют исследования в области философской антропологии Б. В. Маркова, Л. А. Мясниковой, Е. Г. Трубиной, А. В. Перцева, Г. Плеснера, М. Шелера и др. Примеры продуктивного прояснения социокультурных изменений в контексте философско-антропологического подхода можно найти в работах П. Вирильо, Ф. Киттлера, П. Слотердайка, Д. Ваттимо, В. Флюссера.

Исследуемая тема предполагает обращение к вопросу сущности коммуникативного действия. И в этом аспекте можно выявить целый комплекс исследований, которые с разных позиций рассматривают *природу и содержание коммуникации*. Язык и коммуникация рассматриваются в рамках концепций Л. Витгенштейна, Э. Кассирера, Ю. Лотмана, Ф. Маутнера, Ф. Д. Соссюра, Р. Якобсона. В комплексе теорий языка особое значение для исследования социальной природы речевых актов имеет трактовка иллокутивных актов, разработанная Дж. Остином и Дж. Сёрлем. Диалогическая природа коммуникации раскрывается в работах М. Бахтина, М. Бубера, Э. Левинаса. В комплексе теорий о медиа проблема коммуникации впервые актуализируется Г. А. Иннисом, М. Маклюэном. Для представленного исследования актуальна проблематизация коммуникации в той научной эволюции, как она была представлена в работах К.-О. Апеля, Т. Лукмана, Ю. Хабермаса, а также отдельное рассмотрение медийной коммуникации, которое можно найти в трудах Н. Лумана, М. Маклюэна, В. Флюссера, К. Шеннона.

Заявленная тема диссертационного исследования связана с обращением к *проблеме статуса публичной сферы* в современном обществе. У Х. Арендт и Ю. Хабермаса мы обнаруживаем сегодня уже классическую интерпретацию понятия публичной сферы как открытого пространства рациональной дискуссии, где, по сути, складывается общественное мнение. Этот подход хотя и подвергался критике как в рамках постмодернистского понимания сущности современной культуры (М. Фуко, Ж.-Ф. Лиотар), так и со стороны социологов (О. Негт, А. Клуге), однако до сих пор остается значимым в аспекте анализа функционирования медиа. Можно также отметить таких исследователей как С. Бенхабиб, М. Велтон, П. Вирно, В. Гатов, Л. Дальберг, Дж. Дин, Т. Джитлин, В. Зверева, О. Каширских, Э. Ноэль-Нойман, Е. Панченко, А. Пинтер, М. Соулз, Е. Трубина, М. Уорнер, Н. Фрезер, П. Фукс, С. Ханн и др., которые вновь ставят вопрос о возможности такого подхода в понимании публичной сферы, а также перспектив его использования. Важно, что концепт публичной сферы не теряет актуальности, а скорее дополняется анализом медиа в современных работах Д. Аллена, О. Ю. Малиновой, П. Дальгрена, Дж. Дауни, Н. Фентон, посвященных роли СМИ в реализации публичности. К числу важных тем для анализа в этом плане относится так же проблема взаимосвязи частного и публичного, анализ которой предпринимается в работах Х. Арендт, З. Баумана, Р. Сеннета.

Анализ актуальных медийных коммуникаций отсылает к *дискуссиям, разворачивающимся в современной интеллектуальной прессе*. Среди участников этих обсуждений есть журналисты, осуществляющие профессиональную рефлексию по поводу современных медийных форматов, культурологи, описывающие конкретные проявления медийной реальности, специалисты в области политических и социальных наук, выявляющие механизмы медийной репрезентации власти и новые формы общностей в виртуальном пространстве, а также независимые эксперты, проблематизирующие темы социальной активности общества.

Среди достаточно большого количества публикаций хотелось бы отметить следующих авторов: Е. Абов, Е. Абрамова, Е. Алябьева, О. Аронсон, А. Архангельский, М. Давыдова, Д. Дондурей, Б. Дубин, А. Голубева, И. Засурский, Я. Засурский, В. Зверева, Ю. Качкаева, В. Куренной, И. Кушнарера, И. Ларина, М. Литвинович, К. Мартынов, Е. Майзель, Ю. Меламед, С. Муратов, Н. Полотовский, Д. Травин, А. Роднянский, Ю. Сапрыкин, Ф. Фоссато, О. Хархордин, Д. Юрьев и др. Они составляют на сегодняшний день своеобразную интеллектуальную элиту, концентрирующуюся вокруг независимых изданий и некоторых коммуникативных площадок в интернете, и именно по их работам можно судить о тех коммуникативных практиках, в рамках которых реализуется

ся потребность современного общества в публичном дискурсе и возможности существования дискуссионного формата в российском медийном пространстве.

Несмотря на многообразие исследовательской практики пока еще не было предпринято культурфилософского анализа возможности реализации публичной сферы в современных медиакоммуникациях, что и определяет направленность данного диссертационного исследования.

Основная проблема, анализ которой предпринимается в данном исследовании, заключается в том, что оценка репрезентации публичной активности в пространстве культуры осуществляется на основе сложившегося в XVIII–XIX веках концепта публичной сферы. В этом контексте публичная сфера – социокультурное объединение «просвещенной публики», равнодушной к общественным проблемам. Публичная сфера определяла необходимые основы такого социокультурного института как гражданское общество и предполагала рациональное, аргументированное обсуждение социально значимых вопросов.

Однако актуальные медийные коммуникативные практики, реализуемые в основном в Сети, не соответствуют сформировавшимся критериям публичности и обнаруживают притязания на реализацию публичной активности в совершенно новом ключе. Необходимо понять, о чем свидетельствует происходящие социокультурные процессы: либо о невозможности реализации публичной сферы в современных медиакоммуникациях, либо о необходимости переосмысления концепта публичной сферы.

Основная проблема исследования может быть сформулирована в следующих вопросах: что представляют собой медиа и медийные коммуникации в современной культуре? Можно ли говорить о существовании публичной сферы в современной культуре? Как изменился статус публичной сферы в условиях трансформации медийных коммуникаций?

Цель диссертации – выявить специфику и возможности существования публичной сферы, формируемой в современных медиакоммуникациях. Сформулированная таким образом цель требует решения следующих **задач**:

1. Определить методологические основания исследования медиа.
2. Рассмотреть трансформацию медийных коммуникаций и их социокультурный «эффект» в информационном обществе.
3. Осуществить анализ трансформации публичной сферы как формы человеческой коммуникации.
4. Представить осуществление публичной дискуссии в современных медийных коммуникациях.

Методологической основой исследования являются следующие методы и подходы:

- философско-культурологический, позволяющий типологизировать разные подходы к пониманию медиа и публичности, и соединить теоретические и эмпирические уровни исследования;
- медиа-онтологический, апеллирующий к трудам В. Савчука и основанный на признании неразрывности и смысловой дополняемости всех существующих на сегодняшний день медийных институтов и форм;
- социально-феноменологический, восходящий к теории коммуникации как социального действия Ю. Хабермаса, в которой заложены концептуальные подходы для понимания сущности и признаков эффективной публичной дискуссии;
- системный, позволяющий интерпретировать коммуникативные практики и формы публичной активности на основе понимания культуры как сложной системной целостности и системного видения социокультурных процессов;
- культурно-исторический, позволяющий проследить трансформацию медиакommunikаций и форм публичной активности.

Научная новизна работы

1. На основе типологизации теоретических подходов к выявлению сущности медиа и природы медийного доказана продуктивность понимания медиа как трансмедиаального универсума, продуцирующего новые формы публичного взаимодействия.
2. Дана характеристика современным медиакommunikациям как области реализации публичной сферы, описан феномен примыкающей коммуникации.
3. Осуществлен сравнительный анализ классического концепта публичной сферы и проявлений публичной активности в современной культуре.
4. Выявлены границы классического понимания публичной сферы и определены возможности формирования публичной сферы в современных медиакommunikациях.
5. В научный оборот введены новые немецкоязычные исследования, ранее не переведенные на русский язык.

Положения, выносимые на защиту

1. Среди многообразия подходов к исследованию медиакommunikации наиболее продуктивным видится медиааприоризм, базирующийся на признании укорененности медиа в социокультурной реальности и позволяющий определять контуры современной культуры, системным основанием которой является медийность.
2. Современные медиа представляет собой общее информационное и публичное пространство, где коммуникация осуществляется «от многих многим», а участники коммуникативного процесса не всегда осознанно участвуют в создании общего медиаконтента. Возникает «примыкающая» коммуникация: новые, более сложные коммуникации выстраиваются на основе уже существующих.

Дихотомия культурного производства и потребления медийного продукта утрачивает определенность. Коммуникативные практики современной культуры уравнивают всех в контексте самооценности коммуникации. Возникает иллюзия формирования общественного мнения.

3. Трансформация медийных коммуникаций привела к тому, что любое суждение получает массовую общественную оценку. В условиях функционирования электронных медиа исчезает граница между приватным и публичным высказыванием, что лишает индивида необходимости совершать трансцендентальный акт выхода в публичное пространство. Это приводит к возникновению в сети большого количества дискуссий по поводу личных суждений витального характера, и как следствие к возникновению феномена сетевого индивидуализма.

4. Современные дискуссионные форматы в своей реализации ориентируются на сложившийся в XIX веке концепт публичной сферы. Однако изменившийся характер коммуникации проблематизирует возможность публичной сферы в ее классической полноте. Публичная активность, реализуемая в актуальных медийных форматах, свидетельствует о трансформации публичной сферы.

5. Статус публичной сферы меняется в сторону множественности смыслов. Рациональную аргументацию дискутирования сменяет эмоциональность высказываний; вместо гражданской активности имеет место слактивизм; в силу спонтанности и гипертектуальности коммуникативных процессов развитие дискуссии оказывается невозможным проследить. Вместе с тем, основы как «классический», так и «новой» публичной сферы определяют открытость, свобода слова и равноправие, и для участников дискуссии публичная сфера продолжает сохранять статус значащей ценности. Очевидна необходимость выработки новых критериев осмысления публичной сферы, соответствующих современным социокультурным обстоятельствам.

Научно-практическая значимость исследования определяется динамикой развития культурфилософских исследований медиа. Целый ряд вопросов, актуализированных в рамках диссертационного исследования – социально-культурные основания понимания медиа, медийная коммуникация, приватное и публичное, публичная сфера, социальная рефлексия, публичная дискуссия, продуцирование общественно значимого дискурса в российском медийном пространстве – продуктивны для дальнейших научных полемики и исследований как в рамках философии культуры, так и в междисциплинарном контексте.

Результаты исследования могут быть использованы также для разработки специального курса по проблемам культурфилософского анализа условий эффективной публичной дискуссии. Материалы исследования могут войти в учебно-методические материалы по курсу «Философия культуры» для студентов, обучающихся по таким направлениям как: культурология, журналистика, связи с общественностью, реклама и т. п.

Апробация диссертационного исследования

Материалы представленного исследования прошли апробацию в докладах на всероссийских научных конференциях: Всероссийская научно-практическая конференция «Мультикультуральная современность: Урал-Россия-Мир», Гуманитарный университет, Екатеринбург, 2009 г.; Научная конференция студентов-стипендиатов Оксфордского Российского Фонда «Вызовы глобализации и перспективы человека в современном мире», УрГУ им. А. М. Горького, Екатеринбург, 2009; Межвузовская конференция «Национальное своеобразие в философии», РГГУ, Москва, 2009; «Дни Петербургской философии», СПбГУ, Санкт-Петербург, 2008; Дни Петербургской философии», СПбГУ, Санкт-Петербург, 2009; XVII Международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносовские чтения», МГУ, Москва, 2010; Международная научная конференция – Медиафилософия IV. «Необратимость медиатрансформаций», СПбГУ, Санкт-Петербург 2011; Международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносовские чтения», МГУ, Москва, 2011; Международная научная конференция – Медиафилософия V. Социальные проблемы медиареальности: медианеравенство, медианасилие, медиасвобода, СПбГУ, Санкт-Петербург 2011; XV Международная научно-практическая конференция «Человек в мире. Мир в человеке», ПГНИИ, Пермь, 2012; XVII Международная научно-практическая конференция «Современный город: социальность, культуры, жизнь людей», НОУ ВПО Гуманитарный университет, 2014.

Также результаты диссертационного исследования нашли отражение в 14 публикациях, в числе которых 3 статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах, включенных в перечень ВАК.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав (четыре параграфов), заключения и библиографического списка, включающего 254 источника. Текст диссертации изложен на 142 страницах.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы диссертации, анализируется степень ее научной разработанности, формулируются цель и задачи исследования, характеризуются теоретико-методологические основания исследования, научная новизна, научно-практическая значимость.

В первой главе «**Медийность современной культуры**» производится теоретико-методологический анализ медийности как существенного признака современной культуры. В первом параграфе «**Медиа в современной культуре: основные методологические подходы**» выявляется содержание понятия «ме-

диа» и ставится вопрос о продуктивной методологии исследования медиа и медийности.

Социальные изменения и культурные процессы сегодня предполагают медийную составляющую и не могут быть исследованы без учета присутствия медиа во всем, а значит, возможности любого явления или субъекта быть медийным. Однако определение границ использования этих понятий представляется проблематичным, так как требует культурфилософского (или уже медиафилософского) подхода к медиальному или хотя бы ответа на вопрос, что есть медиа и как они могут быть исследованы. Междисциплинарность и многоаспектность современных медиатеорий – следствие динамично меняющегося объекта анализа. И мы должны принимать во внимание как проблемное поле сложившихся подходов, так и новые повороты в обсуждении, чтобы сохранить целостное видение социокультурных процессов в попытке описать возможности публичной дискуссии сегодня.

Существующие на сегодняшний день подходы в исследовании медиа и медийности, можно условно выделить в следующие методологические блоки:

1. Подход, основанный на представлении об эволюционном характере развития средств массовой коммуникации. Такой исследовательский путь продиктован стремлением детерминировать эту часть современной культуры естественными и историческими основаниями, то есть технологическим прогрессом. Возможность связать коммуникацию с достижениями в области информационных технологий позволяет представить историю культуры человечества как смену ведущих средств коммуникации.

2. Методология, фундируемая классической субъект-объектной схемой и предполагающая наличие дистанции между влиятельным медийным субъектом и массой, которой возможно манипулировать. Такое понимание функционирования медиа вырастает из ряда критических теорий 60–70-х годов, подчеркивающих тотальность и символическую одномерность порождаемых средствами массовой информации образов. Это значит, что СМИ, во-первых, обладают тотальными возможностями манипуляции общественным сознанием, а во-вторых, обуславливают постоянную потребность современного человека в медийном продукте. Массмедиа устанавливают в обществе своеобразную систему легитимации, которую можно описать принципом «если тебя нет в медиа, тебя нет вообще». Обладая своего рода монополией на формирование повестки дня, средства массовой информации функционируют в одностороннем порядке. Влиятельным медийным субъектом в одной интерпретации становится государство. В другой интерпретации сами медиа превращаются в независимую «четвертую» власть.

3. Понимание медиапроцессов, базирующееся на признании отсутствия какого-либо властного медийного субъекта. В этом случае конструкт реально-

сти формируется симулякрами третьего порядка: образами и темами, не имеющими источника и не нуждающимися в референте, возникающими в результате случайных смысловых комбинаций и хаотично сплетающимися в картину мира.

4. Исследование медиа в постмодернистских логиках бессубъектного мышления, множественности, децентрации и ризомных структур.

5. Подход, фундирующийся не только на отказе классических схем исследования коммуникативных практик, но и от науки о медиа вообще.

6. Медиафундаментализм или медиааприоризм: группа теорий, онтологизирующих медиа как общий горизонт значений, неназываемый контур современной социокультурной реальности. Признается факт присутствия медийной составляющей во всех сферах человеческой деятельности, на основании чего закономерен вывод о медийности как сущностном основании современной социокультурной реальности.

В рамках представленного исследования наиболее продуктивной видится логика медиааприоризма, признание неразрывности и смысловой дополняемости всех существующих на сегодняшний день медийных институтов и форм.

Обсуждение темы «новых медиа» связано с появлением сетевых форм коммуникации, а также множества новых форматов, позволяющих делать эту коммуникацию бесконечно многообразной. В условиях существования современных коммуникативных систем, функционирующих скорее по принципу гипертекста и естественного наложения и расширения информационного поля, где медийным субъектом может стать, даже сам того не предполагая, любой индивид, использование термина «medium» только в значении средства или инструмента, однозначно, представляется недостаточным. В сравнении с актуальными для первой половины XX века теоретическими схемами передачи медиа-сообщения по типу «адресант – сообщение – средство сообщения – адресат», сегодня более оправданным оказывается использование термина «medium» в значении связующей среды, обуславливающей, в свою очередь, определенный инструментальный, форматно-технологический аспект отдельного медийного события.

Последние исследования медиа, ориентированные уже в большей степени на социокультурный анализ функционирования электронных медиа, призывают признать неразрывность и смысловую дополняемость всех существующих на сегодняшний день медийных институтов и форм. Этот феномен получил, название «медиаконвергенции». В контексте необходимости описания необъективируемости, множественности и текучести современной медиа-реальности продуктивными так же оказываются термины «медийное пространство» и «медиа-среда».

Во втором параграфе «Трансформации медийных коммуникаций в информационном обществе и их социокультурный эффект» ставится вопрос о

трансформации медийных коммуникаций в современной культуре, рассматривается их социокультурный «эффект» в информационном обществе.

В разрезе коммуникативных практик термин «информационное общество» используется для описания общества конца XX – начала XXI века, когда активно используются как старые, так и новые медиатехнологии. Происходит следующий процесс: новые медиа не заменяют прежние культурные формы, а абсорбируют их, соединяя в едином нерелексируемом информационном поле новые и традиционные способы медийного коммуницирования. И как отмечает М. Кастельс, «Все проявления культуры, от худших до лучших, от самых элитных до самых популярных, соединяются в этой цифровой вселенной, которая связывает в гигантском историческом супертексте прошлые, настоящие и будущие проявления коммуникативной мысли»¹.

С появлением электронных медиа и наступлением так называемой эпохи Web 2.0 классическая линейная модель массовой коммуникации теряет свою актуальность. В сети коммуникация происходит не ради понимания или получения новой информации, а как правило, ради возможности включения в процесс говорения. Сказанное требует выхода за его пределы – М. Хайдеггер называет это *Weiterrede*, или *Nachrede*. В силу первоначальной истолкованности смыслов, говорение вовлекает в процесс коммуникации бесконечное число говорящих, и тем самым постоянно приращивается. Говорение постоянно требует возврата к тому, что уже сказано, поэтому его приращение происходит не в смысловом значении, а в количестве сказанного и участников говорения.

В этом проявляется аутопойесис коммуникации. М. Хайдеггер отмечает, что публично сказанное, таким образом, следует понимать всегда как говоримое, заведомо открытое, истолкованное и воспроизводимое. Невозможно определить собственно начало такого коммуникативного акта, его границы и участников, но это и не важно, поскольку такая коммуникация достигает своей цели – создает иллюзию причастности к формированию общественного мнения. Цельность информационного сообщения теряется, когда мы, например, переходим от ссылки к ссылке. В этом смысле информация как бы существует сама по себе, не всегда даже являясь причиной коммуникативного процесса. В связи с этим наиболее перспективными для понимания коммуникативных процессов в медиасреде представляются подходы Н. Лумана и Ю. Хабермаса, актуализирующие проблему коммуникации и позволяющие видеть ее так, как будто непрерывно коммуницируемой становится сама реальность. Феноменологию бытия заменила феноменология коммуникации, утверждает Н. Луман, и этом аспекте коммуникация уже не может пониматься только как речевой акт, она есть самостоятельное социокультурное действие.

¹ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – С. 351.

Повсеместное со-авторство наделяет статусом креативности каждого коммуниканта, но одновременно свидетельствует об утрате значения института авторства, столь важного для культуры прошлого. Коммуникативные практики современной культуры уравнивают всех в контексте самооценности коммуникации. Пересказывание, проговаривание, интерпретация позволяют новым, более сложным коммуникациям выстраиваться на основе уже существующих. Таким образом, система коммуникации может воспроизводить сама себя, коммуницируемым становится весь мир. Эти процессы являются проявлением более обширных антропологических изменений, связанных с трансформациями принятых в обществе форм публичной активности.

Во второй главе **«Проблема возможности публичной дискуссии в современных медиакоммуникациях. Статус публичной сферы»** анализируется возможность формирования в современных социокультурных обстоятельствах продуктивной публичной дискуссии, в частности, реализации публичной сферы.

В первом параграфе **«Публичность и открытая коммуникация. Трансформация публичной сферы»** осуществляется анализ трансформации концепции публичной сферы, рассматриваются исторические и культурные факторы формирования дискурса публичности, анализируются понятия «публичное» и «приватное» в социокультурном и антропологическом контекстах.

Очевидно, что споры и дискуссии разного порядка – все это в широком смысле слова – коммуникация, поэтому в первой части работы мы затронули тему коммуникативных оснований разговора и дискуссии в современных медиа. Но тема производства общественно значимого дискурса в первую очередь связана с осмыслением проблемы «публичного». Именно понятия публичного, публики, публичности требуют максимальной реактуализации каждый раз, когда встает вопрос о необходимости определения границ и условий того социокультурного процесса, когда люди спорят, обсуждают, говорят по поводу изменений, происходящих в общем для них социокультурном пространстве.

Вопрос о критериях и признаках эффективной публичной дискуссии всегда возвращает нас к классической концепции публичной сферы. Последняя является эталоном дискуссии в публичном пространстве, апеллируя к в своем роде идеальной ситуации, в которой как равные встречаются коммуниканты и обсуждают важные в заданном смысловом поле темы, актуализированные процессами социального и культурного взаимодействия. Классическая концепция публичной сферы, по Ю. Хабермасу, предполагает, что, во-первых, участники коммуникативного действия должны быть равны и свободны от каких-либо внешних принуждений, как то манипуляций, политического шантажа и т. п.; во-вторых, публичная дискуссия должна происходить по поводу проблемы, общезначимой для всех участников дебатов; в-третьих, для свободной коммуни-

кации не может быть никаких запретов на ограничение дискурса, и более того, каждый из участников дискуссии обладает равной возможностью и правом обновления обсуждения.

Цель эффективной публичной дискуссии – достижение консенсуса в пределах интересубъективно очерченного и значащего смыслового горизонта, воплощающего единство социальной системы, как ее представляют участники коммуникативного действия. В терминологии Х. Арендт таким смысловым горизонтом предстает для нас общее публичное пространство, которое «подобно общему нам миру, собирает людей и одновременно препятствует тому, чтобы мы спотыкались друг о друга»². Коммуникативная рациональность проявляется в ситуации, когда коммуницирующие обнаруживают притязания на аргументированную дискуссию. В самом общем виде это можно назвать социальной рефлексией.

В культуральном смысле тема публичности всегда отсылает к вопросу формирования неких пространств аккумуляции эмоций и идей, «общих мест», обладающих потенциалом к трансформации в разного рода союзы (политические, творческие и т. д.). Если ставить вопрос о различении понятий «публичность» и «публичное» (которое, кстати, в существующих социально-философских и культурологических исследованиях намеренно не производится), стоит отметить, что приобретая в языке самостоятельное статусное значение, «публичность» апеллирует скорее к имеющимся социальным институтам, обеспечивающим гражданам реализацию демократических установок. Когда же говорят о публичном, то социально-политический аспект дополняется антропологическим, так как в данном случае речь идет об индивидуе и его повседневной проекции в отношении приватного.

В соответствии с классической концепцией публичной сферы ее подлинный коммуникативный расцвет пришелся на период эпохи Просвещения. XVIII век связан с развитием особых форм культурной жизни, пространств публичной активности, в которых бы реализовывалась потребность общества в обсуждении происходящих политических событий и возможных социальных перемен. Сопоставление реализации публичной сферы в XVIII и XXI веках не позволяет нам говорить о такой же однозначности развертывания культурной составляющей этого феномена в современной медиасреде. Трансформация культуры коммуникации в современных медиа и появление новых медийных форматов свидетельствует о том, что публичная дискуссия совершается в новом ключе. Пытаясь быть более прямым, более «публичным», индивид направляет рефлексивный потенциал на понимание интимных вещей, часто делая их объектом публичной дискуссии. Расширяясь до границ общедоступного, частное провоциру-

² Арендт Х. *Vita activa или о деятельной жизни*. – СПб. : Алетейя, 2000. – С. 69.

ет поток беспорядочного дискутирования и ставит под сомнение потребность общества в продуктивной критико-оценочной деятельности. И все более оправданным кажется предположение, что появление интернета, наоборот, способствует процветанию сетевого индивидуализма в качестве доминирующей формы социальности.

Что касается коммуникации, то по формальным основаниям даже если происходит коммуникация о приватном, то и в этом случае она не приватна, так как любое суждение основано на использовании языка, являющегося публичным средством взаимодействия. Будучи общим для нас, язык не только превращает любое высказывание о приватном в публичное высказывание, но и формирует «общие» пространства. «Особенность дигитального взаимодействия состоит в том, что вместе с виртуализацией пространства и времени стирается комфортная граница между публичным и приватным. Этот институционализированный выброс приватного в Сеть <...> высвободил огромный спектр «человеческого»³.

Вместе с динамичным технологическим развитием современных медиа, динамично сменяют друг друга медийные форматы. Пока сложно говорить о целенаправленной критико-оценочной деятельности или коммуникативной рациональности. Однако если попытаться описать происходящий процесс не с точки зрения возможности возрождения или формирования неких целостных коммуникативных форм, а с позиции анализа необходимого содержания, характеризующего публичную сферу, то существующая дискуссионная плотность обнаруживает потенциал к формированию публичной сферы, пусть и в новом ключе.

Концепт публичной сферы, доминирующий в коммуникативных практиках, восходящих к эпохе Просвещения, не только не находит выражения в современных дискуссионных форматах, но и при попытке его воспроизведения обнаруживает свою искусственность. Причина, обуславливающая отсутствие продуктивного публичного дискурса в современном медийном пространстве – примыкающая коммуникации, характеризующая электронные медиа. Дискуссии в сети привлекают большое число участников, что указывает на существование неких дискурсивных практик, провоцирующих общественность на социальную рефлексию. Исследовать эти практики – значит понять, как реализуется публичная дискуссия в новых культурных обстоятельствах.

В параграфе **«Публичная дискуссия в современных медиа. Новые формы медийных коммуникаций»** рассматриваются возможности реализации публичной сферы в современных практиках медийного коммуницирования на

³ Systematische Medienphilosophie / hrsg. von M. Sandbothe und L. Nagl [Электронный ресурс]. – Berlin : Akademie Verlag, 2005. – URL: <http://www.sandbothe.net/383.html> (дата обращения: 01.10.2014).

примере российского медиапространства, осуществляется сопоставление различных российских медийных форматов 90-х и первого десятилетия 2000-х, актуальных в аспекте эффективной публичной дискуссии. Отмечаются существенные изменения в плане оценки ресурса прессы, радио, телевидения, сетевых ресурсов для реализации публичного дискурса и осуществления социальной рефлексии.

Сегодня не только в России, но и во все мире наиболее востребованными оказываются медийные форматы, продуцируемые в интернет-пространстве. Однако и они не в полной мере реализуют ожидания на возможность существования в сети продуктивной дискуссии. Обсуждение актуальных общественно-политических вопросов в блогах, форумах, социальных сетях осуществляется активными пользователями, в то время как остальная масса не стремится быть рефлексивной общественностью и присоединяется к «разговору» в качестве невидимых участников, занимая позицию пассивного «зрителя».

Критико-оценочная деятельность, конструктивная дискуссия на острые общественно-политические темы не становятся менее востребованными, но однозначного формата в медийном пространстве пока не находят. Печатные СМИ и радиостанции ориентированы, в первую очередь, на формирование повестки дня, а предпринимаемые ими попытки конструирования социальной рефлексии направлены на достаточно узкую аудиторию. Телевидение как самый влиятельный институт формирования общественного мнения оперирует национально-эtabлированным типом публичности, предпочитая работать не только с «готовыми идеями», но и с «готовыми собеседниками».

Трагедия современного интеллектуала, в какой-то мере выполнявшего функцию социального прогнозирования и направлявшего общественные дискуссии, связана с тем, что ценность слова утрачивается в процессе все большего утверждения значимости визуального образа. По сути «эшафотом» для интеллектуала оказывается телевидение, которое предлагает зрителю готовые образы, в том числе и образ интеллектуала. В «дискуссионной передаче» мы видим не политика, а образ политика; одни и те же лица фигурируют в роли интеллектуалов согласно заранее подготовленному сценарию передачи. Изменение роли интеллектуала в современной медиасреде еще раз свидетельствует о том, что прежние основания для реализации публичной сферы подорваны.

В новых социокультурных обстоятельствах публичная сфера имеет потенциал к формированию в пока не до конца очерченных и фрагментированных дискурсивных практиках, реализуемых, как правило, в интернет-пространстве. Развитие блогосферы многие исследователи связывают с возможностями для развития публичной дискуссии. Каждый день в блогах появляются новые размышления, провоцирующие подчас длинные разговоры, но причиной таких дискуссий могут быть как темы, актуальные в мировом масштабе, так и вопро-

сы интимного характера, так что оказывается проблематичным ассоциировать блог с конструктивным диалогом или некой концентрацией идей. Стихийность и сиюминутность этих дискуссий не позволяет, конечно, очертить рамки совершающейся дискуссии, и безусловно, поспешным будет утверждение, что блог позволяет реализовать критико-оценочную деятельность в ее классическом, хабермасианском понимании.

Самыми «живыми» и влиятельными дискуссионными площадками на сегодняшний день являются социальные сети, в первую очередь Facebook. Тенденция, которую мы не можем не отметить сейчас, – использование русскоязычных социальных сетей и блогов в политических целях. Массовые протестные акции 5, 10 и 24 декабря 2011 года оказалась возможны в масштабе всей страны именно потому, что тема митингов активно поддерживалась в сети, пополняемая фотоотчетами участников. В глазах активной facebook-общественности телевидение являлось выразителем, прежде всего, централизованной государственной власти в противоположность свободным коммуникативным площадкам интернета.

Современная ситуация характеризуется значительной поляризацией между так называемой интеллектуальной элитой, свободно рефлексирющей по поводу глобальных социально-политических проблем, и массой интернет-слактивистов. Можно с уверенностью сказать, что те и другие пока находятся в процессе привыкания к новым формам публичного существования, но если первые стремятся к организации собственных дискуссионных пространств, то вторые, в свою очередь, всеми силами стараются «не выпасть» из информационного потока. Слактивизм (от англ. «sluck» – лентяй и «activism» – активизм) – форма проявления активности в сети, не требующая от участника особых усилий, но позволяющая ощутить причастность к совершающимся переменам в обществе. Любой интернет-пользователь, таким образом, может виртуально радовать за решение тех или иных социальных проблем, совершая при этом минимальные действия (как правило, это «лайки» и «репост»).

В настоящее время сложно говорить о существовании единой рефлексирющей общественности в какой-либо форме: можно лишь наблюдать постоянное возникновение различных политических, экологических, религиозных, феминистских и националистических обществ. Диагностируя стремительное расширение и одновременно дифференциацию информационного поля, мы можем лишь отмечать очевидно возрастающее желание человека принимать участие в интерпретации реальности. Эту дискуссионную активность пока можно характеризовать только как некую «коммуникативную плотность» с потенциалом к трансформации в адекватный современным условиям дискуссионный формат, однако уже сейчас можно утверждать, что предпосылкой описанного феномена является потребность общества в социальной рефлексии.

Если понимать под публичной сферой некий социальный институт или же единое пространство обмена смыслами, то можно сделать однозначный вывод, что современные средства массовой информации не способны сформировать такой институт или поддерживать целостность такого пространства – его границы размываются. Это неизбежное следствие эпохи модернити: если в античный период возможна была дискуссия в условиях непосредственного присутствия ее участников, то с распространением электронных медиа дискретность и плюралистичность коммуникативного процесса окончательно преобразуют публичную дискуссию.

Те формы публичной активности, которые мы сегодня можем наблюдать в российском медийном пространстве, не имеют ничего общего с классической концепцией публичной сферы. Она не только не находит выражения в современных дискуссионных форматах, но и обнаруживает свою искусственность при попытке воспроизведения.

Концепция публичной сферы, восходящая к Ю. Хабермасу, предполагала наличие следующих необходимых признаков ее реализации: 1) общезначимость обсуждаемых проблем; 2) открытость, свобода слова и равноправие дискутирующих, их осведомленность в сути обсуждаемых вопросов; 3) рациональность и аргументация; 4) гражданская активность; 5) заинтересованность участников в результате дискуссии. Если попытаться применить перечисленные критерии к современным коммуникативным практикам, производящим общественно значимый дискурс, мы увидим, что не все критерии реализуются: 1) статус публичной сферы меняется в сторону множественности смыслов, соответственно, сложно говорить и об общезначимости; 2) включение в дискуссию не требует наличия особых знаний и осведомленности в происходящем; 3) сохраняются открытость, свобода слова и равноправие; 4) рациональное содержание и аргументативную манеру дискутирования сменяет эмоциональность высказываний; 5) гражданская активность в основном получает выражение в культуре *лайков* и *репостов* (таким образом, вместо активизма имеет место слактивизм); 6) коммуникативные процессы в Сети носят спонтанный и гипертекстуальный характер, так что результат дискуссии оказывается невозможным проследить, да он и не является основной целью для коммуникантов. Само по себе участие, или даже причастность к обсуждению – достаточный повод для продолжения разговора и развития дискуссии.

Сегодня мы можем диагностировать как крах классической модели публичной сферы, так и тенденции возникновения новых форматов публичной сферы, реализуемых в интернет-пространстве и выполняющих основную функцию публичной сферы – функцию социального связывания. Следовательно, имеет смысл говорить о необходимости новых критериев осмысления публичной сферы, соответствующих актуальным социокультурным обстоятельствам.

В заключении формулируются основные выводы, результаты проведенного исследования, намечаются направления дальнейшего исследования темы.

Основные положения и результаты диссертационного исследования отражены в следующих публикациях:

Статьи, опубликованные в научных изданиях, входящих в перечень ВАК для опубликования научных результатов диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук

1. Черепанова Т. В. Неспособность к разговору, или статус публичной сферы в информационном обществе. Х. Арендт и Ю. Хабермас // Известия Уральского государственного университета. Серия: Общественные науки. – Екатеринбург, 2011. – С. 41–49.

2. Черепанова Т. В. На границе частного и публичного: социальная рефлексия в медийном пространстве // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения РАН. – 2012. – Вып. № 12. – С. 178–187.

3. Черепанова Т. В. Теоретические предпосылки исследования медиа: проблема определения метода // Казанская наука. – 2014. – № 3. – С. 143–146.

Научные статьи и материалы выступлений на конференциях

4. Черепанова Т. В. Проблема кризиса индивидуальности в философии М. Хоркхаймера // Студент и научно-технический прогресс: философия: материалы XLIV международной научной студенческой конференции / Новосиб. гос. ун-т. – Новосибирск, 2006. – С. 131–132.

5. Черепанова Т. В. Понятие контркультуры. Предпосылки возникновения феномена // Студент и научно-технический прогресс: философия : материалы XLV международной научной студенческой конференции / Новосиб. гос. ун-т. – Новосибирск, 2007. – С. 145–146.

6. Черепанова Т. В. Тема контркультуры в философии Франкфуртской школы: история и современные перспективы // Актуальные проблемы историко-философской науки : материалы межрегиональной научно-практической студенческой конференции (3–4 мая 2007 г.). – Екатеринбург: Изд-во Уральск. ун-та, 2007. – Ч. 1. – С. 59–61.

7. Потеряева О. Б., Черепанова Т. В. Тема трагедии индивидуальности в философии М. Хоркхаймера // Человек в современных философских концепциях : материалы Четвертой международной конференции : в 4 т. / ВолГУ (г. Волгоград, 28–31 мая 2007 г.). – Т. 3. – С. 71–74.

8. Черепанова Т. В. СМИ как тотальное медийное пространство. Существование человека в медиа-реальности // Вызовы глобализации и перспективы

человека в современном мире: тезисы докладов и сообщений научной конференции студентов-стипендиатов ОРФ. – Екатеринбург, 2009. – Т. 1. – С. 77–80.

9. Черепанова Т. В. Телевизионный спорт как специфический феномен медиакультуры // Мультикультурная современность: Урал – Россия – Мир : материалы Всероссийской научно-практической конференции Гуманитарного унта. – Екатеринбург, 2009. – Т. 2. – С. 317–319.

10. Черепанова Т. В. Место и роль философии в современном медийном пространстве России // Национальное своеобразие в философии: материалы межвузовской конференции / РГГУ (8–9 декабря 2009 г.). – М., 2009. – С. 147–151.

11. Черепанова Т. В. Возможность существования дискуссионного формата в российском телеэфире : материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2010» [Электронный ресурс]. – М.: МАКС Пресс, 2010. – URL: http://www.lomonosov-msu.ru/archive/lomonosov_2010/index.htm (дата обращения: 01.10.2014).

12. Черепанова Т. В. От эссе к блогу: трансформация жанра философствования // Мировоззренческие основания культуры современной России: материалы международной научной студенческой конференции / МГТУ. – Магнитогорск, 2010. – С. 233–237.

13. Черепанова Т. В. Развитие непрерывного образования в условиях информационного общества // Обучение в течение всей жизни «Life Long Learning» как фактор модернизации социально-экономического пространства региона : материалы Всероссийской научно-практической конференции (13–14 мая 2010 г.) / УрГУ. – Екатеринбург, 2010. – Вып. 3.

14. Черепанова Т. В. Человек в блогосфере: рефлексия или самопрезентация? // Позиции философии в современном обществе : материалы Всероссийской научной конференции, посвященной 45-летию философского факультета УрГУ (19–20 мая 2010 г.). – Екатеринбург, 2010. – С. 328–330.