



УДК 37:378+1

РЕФЛЕКСИЯ МЕДИЙНОГО: ДИСКУРСЫ МЕДИАГРАМОТНОСТИ

П. С. Котляр

Котляр Полина Сергеевна, аспирантка кафедры общей философии, Казанский (Приволжский) федеральный университет, polikotsob@mail.ru

В статье осуществляется анализ двух дискурсов восприятия действительности: постмодернистского и медийного. Выделяются основные характеристики понимания человеком своего положения в мире. В постмодернистском дискурсе сформировался ризоматичный подход к пониманию пространства, который фундирует состояние так называемой «новой непрозрачности». Делается предположение, согласно которому идею постмодернизма можно свести к кризису взаимодействия человека и определенной исторической социальной среды, в которой он оказывается замкнут в собственной локальности. Отсутствие возможности совершать действия и быть включенным в общую социальную среду означает смерть субъекта. В статье осуществляется метафорический перенос постмодернистской идеи бессилия на процесс трансформации представлений о медиаграмотности в контексте взаимодействия с медиа с целью показать возможный путь преодоления постмодернистской интеллектуальной апории. Протекционистская теория медиаобразования, направленная на то, чтобы человек перестал подвергаться негативному воздействию медиа, фактически была утверждением постмодернистской идеи локальности, что привело к возникновению концепта «аудитория есть жертва». Выдвигается гипотеза, что с появлением социальных сетей происходит переосмысление аудиовизуальных текстов и возникает новомедийная социальная среда, где человек способен выражать себя, преодолевая тем самым кризис субъектности.

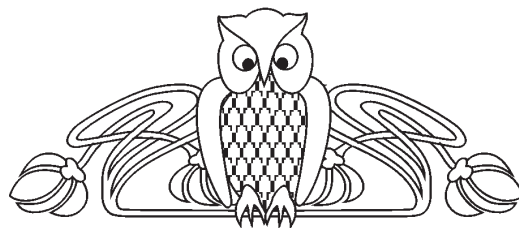
Ключевые слова: новые медиа, медиаобразование, современный медиадискурс, медиаграмотность, цифровые технологии.

DOI: 10.18500/1819-7671-2018-18-3-261-264

Используемые в социальной теории метафоры для определения современности включают в себя концептуализацию проблемы изучения цифровых явлений. Можно утверждать, что представление о действительности типизируется в контекстах двух дискурсов: постмодернистского и медийного.

В рамках данной статьи мы будем определять постмодернизм как исторически обусловленное мировоззрение, которое предполагает отрицание ценностей эпохи модерна, критику нововременных представлений о возможности объективного познания, безграничности человеческих возможностей.

По мнению профессора Н. Б. Маньковской, «Постмодернизм во многом обязан своим возникновением развитию новейших технических



средств массовых коммуникаций – телевидению, видеотехнике, информатике, компьютерной технике» [1, с. 11]. Однако, на наш взгляд, научно-технический прорыв в области средств массовой информации как нематериальных феноменов определяет необходимость пересмотра принципиальных оснований современной социальности. Коннотация, которая вписана в логику приставки «пост», как нам кажется, не предполагает качественный переход рефлексии на новый уровень. Термин «послесовременность» не привносит эвристичности в познание современности. Для концептуализации сути современной реальности важно преодолеть логику «постмодернистской ризомы» через допущение самостоятельного статуса логики медиамодерна. Примат индустриальной рациональности (возникший благодаря процессу индустриализации), присущий модерну, снятый в постмодернизме в виде отказа от любых логических построений, который фундировал все субъект-субъектные, субъект-объектные отношения, в медиамодерне сменяется определяющей ролью медиатизации. Главную роль самого перехода от, как отмечает Ю. Хабермас, «новой непрозрачности» к транспарентности сыграл медиальный поворот, после которого появляется новый тип субъектов «рациональных, автономных эго как постоянных интерпретаторов культуры, которые в изоляции создают логические соединения из линейных символов» [2, с. 46]. Иными словами, когнитивная атмосфера постмодерна становится маргинальной в условиях формирования новых медийных возможностей человека.

Французские философы Ж. Делез и Ф. Гваттари приводят следующую характеристику постмодерна: «Мир утратил свой стержень, субъект не может больше создавать дихотомию, но он достигает более высокого единства – единства амбивалентности и сверхдетерминации – в измерении, всегда дополнительном к измерению собственного объекта. Мир стал хаосом» [3, с. 11]. Хаос раскрывается постмодернистами через понятие ризомы. Ризома есть некая детерриторизированная сеть, где отсутствуют логические причины и следствия. За таким пониманием пространства стоит радикальный поворот в понимании человеком своей локальности. Под локальностью в



данном контексте подразумевается всякая ограниченность: страх смерти, отсутствие потенциала когнитивного поиска, утрата человекообразности объектов окружающей реальности. Современный философ С. Жижек отмечает: «Реальность – это социальная реальность людей, вовлеченных во взаимодействие и в производственные процессы, в то время как реальное – неумолимая абстрактная призрачная логика капитала, определяющая то, что происходит в социальной реальности» [4, с. 117]. Иными словами, в обществе постмодерна человек ограничен, замкнут в локусе индивидного, частного.

Одновременно отсутствует возможность исчерпывающе описать постмодернистского субъекта через рефлексию его деятельной конъюнктуры – каждый момент времени он находится в стадии «отрицания». Если Сизиф А. Камю абсурден в своей деятельности, то масса индивидов парализована отсутствием действия. Идея нового типа культуры, которая содержится уже в самом именовании эпохи – постмодернизм, есть нерелексируемое нечто, что возникает после модерна и раскрывается через противопоставление модерновому. Конечно, постмодерн является собой целый корпус идей, однако в качестве ключевого вопроса, который определяет всевозможные интерпретации, принято обозначать кризис измерения, в котором человек может реализовываться.

На наш взгляд, состояние постмодерна преодолевается не через рефлексию концепта «потерянное поколение», а посредством пересмотра социального пространства. Согласно российской медиатеоретику В. В. Савчуку, все от Dasein до логического языка оказывается неспособным описать реальность и именно в этот момент происходит медиальный поворот [5, с. 39]. Изоляция субъекта оказывается преодолена, и медиа становятся новой средой его бытийствования.

Процесс смены постмодернистского дискурса на медийный опосредован состоянием технического развития и уровнем медиакультуры. За последние десятилетия среди исследователей появился значительный интерес к медиаобразованию в связи с конституированием новых каналов цифрового взаимодействия. Происходит трансформация самого понятия медиаграмотность – от умения противостоять негативным эффектам медиа до понимания законов новомедийной среды. В условиях, когда традиционные медиа перестали пониматься орудийно, становится необходимым пересмотр медиаобразования в целом и его места в структуре знаний современного человека.

Смыслы, которые образуют исторически проблемное поле медиа, различаются не только

степенью полезности для человека и общества, способностью институализировать цифровые отношения, но прежде всего собственным генезисом. Так, кажется очевидной политическая ангажированность медиадискурса в целом. Это обусловлено исторически сложившейся ролью СМИ как полноценного участника политических событий и процессов. На первый взгляд, для исследователей медиа содержание конкретного медиапродукта не представляет ценности. Однако, по нашему мнению, существует прямая зависимость между доминирующим содержанием медиа и пониманием роли медиа в жизни человека и, как результат, соответствующей интерпретацией медиаграмотности.

Российские медиатеоретики [6] перечисляют около десяти типов ключевых медиаобразовательных теорий: исторически первыми являются протекционистские теории медиаобразования. В начале XX в. возникает феномен массовой пропаганды, когда правительства ряда стран начинают систематически использовать СМИ для формирования определенного общественного мнения и мотивации граждан. Такие носители контента как радио, печатная пресса, кинематограф не понимались в рамках культуры развлечений. Иллюстрацией этого является инцидент, произошедший 30 октября 1938 г., когда в воскресном эфире национального американского радио вышла передача-спектакль по роману Г. Уэллса «Война миров» о марсианском вторжении на Землю. Спектакль был представлен как репортаж, дополненный звуковыми эффектами и подробным описанием марсиан, совершающих высадку в Чикаго. Миллионы людей пропустили начало эфира, где анонсировался этот спектакль, и поэтому по всей стране началась паника: люди старались добыть противогазы, баррикадировались в домах, совершали самоубийства.

Это происшествие демонстрирует низкий уровень критического восприятия содержания медиа, когда СМИ имели весомый авторитет и оказывали прямое воздействие на эмоциональное состояние, а также способствовали познавательной деградации. Соответственно, первые протекционистские теории медиаобразования объединяет идея необходимости понимания содержания СМИ как продукта, рассчитанного на определенный тип реакции со стороны реципиента, обладающего определенной жанровой структурой, имеющего конкретные идеологические цели и аудиторию, представляющего гуманитарную угрозу.

Иными словами, сам феномен массивного воздействия на людей через различные медиаканалы закрепил за СМИ статус манипуля-



тора. Закрепившийся за медиа статус силы, способной агрегировать внимание людей, породил концепцию «медиааудитории – жертвы». Так, американский медиапедагог Н. Постман в работе «Amusing Ourselves to Death» («Развлекаемся до смерти») пишет о медиа как о том, что вызывает подростковые беременности, разрушение семейных ценностей и т. п. [7].

Появление и развитие социальных сетей изменило масштаб медиапространства. Социальные медиа определяют контекст жизни современного человека. Требуют изменений когнитивные принципы процесса образования, ценность накопленного знания начинает рассматриваться сквозь призму его прикладного значения. Как отмечают М. Ли и К. Маклафлин [8], современные студенты должны стать со-производителями знаний. М. Маклюэн концептуализировал изменения в образовании, вызванные медиа в работе «Класс без стен» [9], он отмечает, что большая часть обучения вынесена за пределы школьного класса. М. Маклюэн акцентирует внимание на таком важном аспекте восприятия медиа как совместное переживание, например, такого явления как кинематограф. Подразумеваемая под всякой массовостью ориентированность на развлечение не отражает подлинную сущность медиа, поскольку любой язык есть медиа, однако массовость употребления не означает, что он имеет развлекательный характер. Появляются новые языки и инструменты передачи информации, которые обуславливают культурную перестройку. В работе «Одинокая толпа» социолога Д. Райсмана отражено негативное представление технологизированного общества, где все общество в целом можно охарактеризовать как невротическое ввиду того, что усиливается тенденция опосредованности техникой взаимоотношений человека с миром. По мнению автора, это свидетельствует о состоянии социального отчуждения человека. Однако современные теоретики [10] считают, что новые медиа появились и вошли в культуру согласно цивилизационной логике, когда определенный инструментарий начинал использоваться человеком (камень, сельскохозяйственные инструменты, транспортные средства) и тем самым изменял набор востребованных навыков и степень зависимости от окружающей среды. Появление культуры как искусственно созданной среды, в которой только и может жить

человек, содержит в себе идею, что чем более человек отделяется от природного, тем более высокой считается культура и, соответственно, организация социального взаимодействия.

Современная медиадействительность характеризуется тем, что пользователи, обладающие определенным набором ценностей, генерируют уникальное общее содержание сети. Мир, фундированный медиа, оказывается способным собрать постмодернистскую фрагментарность субъектов. Новые медиа в повседневной жизни перестают функционировать в качестве инструментов для манипулирования сознанием, а приобретают онтологический статус пространства свободы.

Благодарности и финансирование

Работа выполнена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 17-13-16001) и Правительства Республики Татарстан (проект «Казанский федеральный университет в глобальном новомедийном пространстве: возможности, риски и перспективы»).

Список литературы

1. Маньковская Н. Б. Эстетика постмодернизма. СПб., 2000. 347 с.
2. Poster M. The mode of information. Poststructuralism and social context. Chicago, 1990. 188 p.
3. Делез Ж., Гваттари Ф. Тысяча плато : капитализм и шизофрения. Екатеринбург ; М., 2010. 895 с.
4. Жижек С. Хрупкий абсолюте, или Почему стоит бороться за христианское наследие. М., 2003. 181 с.
5. Савчук В. В. Медиафилософия. Приступ реальности. СПб., 2014. 350 с.
6. Федоров А. В., Чельшова И. В. Медиаобразование в России : краткая история развития. Таганрог, 2002. 266 с.
7. Postman N. Amusing ourselves to death : Public discourse in the age of show business. N.Y., 2006. 208 p.
8. McLoughlin C., Lee M. Web 2.0-based e-learning : Applying social informatics for tertiary teaching. Hershey PA, 2011. 483 p.
9. McLuhan M. Classroom without walls in explorations in communication. Boston, 1960. 202 p.
10. Manyika J., Chui M., Bughin J., Dobbs R., Bisson P., Marrs A. Disruptive technologies : Advances that will transform life, business, and the global economy. N.Y., 2013. 176 p.

Образец для цитирования:

Котляр П. С. Рефлексия медийного: дискурсы медиаграмотности // Изв. Саратовского университета. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2018. Т. 18, вып. 3. С. 261–264. DOI: 10.18500/1819-7671-2018-18-3-261-264



Reflections on the Media: Discourses of the Media Literacy

P. S. Kotlyar

Polina S. Kotlyar, Kazan (Volga region) Federal University, 35, Kremlevskaya Str., Kazan, 420008, Russian, polikotsob@mail.ru

The article analyzes two discourses of perception of reality: postmodern and media. The main characteristics of a person's understanding of their situation in the world are singled out. In post-modern discourse formed rhizomatic approach to understanding space that substantiates the state of so-called "new opacity". The author makes an assumption according to which the idea of postmodernism can be reduced to the crisis of human interaction and a certain historical social environment in which it is closed in its own locality. Absence of the possibility to perform actions and be included in the general social environment means the death of the subject. In the article the author carries out a metaphorical transfer of the postmodern idea of impotence to the process of transformation of media literacy ideas in the context of interaction with the media as a possible way of overcoming the postmodern intellectual aporia. The protectionist theory of media education, aimed at stopping people from being exposed to the negative impact of media, was actually a statement of the postmodern idea of locality, which led to the emergence of the concept of "the audience is a victim". It is hypothesized that with the emergence of social networks, a rethinking of audiovisual texts takes place and a new media social environment arises where a person is able to express himself, thus overcoming, therefore, the subjectivity crisis.
Key words: new media, media education, modern media discourse, media literacy, digital technologies.

Acknowledgements: *This work was supported of the Russian Foundation for Basic Researches (project no. 17-13-16001) and the Government of the Republic of Tatarstan (project "Kazan Federal University in the global new media educational space: opportunities, risks and prospects").*

References

1. Mankovskaya N. B. *Estetika postmodernizma* [Aesthetics of postmodernism]. St. Petersburg, 2000. 347 p. (in Russian).
2. Poster M. *The mode of information. Poststructuralism and social context*. Chicago, 1990. 188 p.
3. Deleuze G., Guattari F. *A thousand plateaus. Capitalism and schizophrenia*. Minneapolis, 1987. 632 p. (Russ. ed.: Delez Zh., Gvattari F. *Tysyacha plato: kapitalizm i shizofreniya*. Ekaterinburg, 2010. 895 p.)
4. Zizek S. *The Fragile Absolute, or Why the christian legacy is worth fighting for*. London, New York, 2001. 188 p. (Russ. ed.: Zhizhek S. *Khrupkiy absolut, ili pochemu stoit borotsya za khristianskoe nasledie*. Moscow, 2003. 181 p.)
5. Savchuk V. V. *Mediafilosofiya. Pristup realnosti* [Mediophilosophy. Attack of reality]. St. Petersburg, 2014. 350 p. (in Russian).
6. Fedorov A. V., Chelysheva I. V. *Mediaobrazovanie v Rossii: kratkaya istoriya razvitiya* [Media education in Russia: a brief history of development]. Taganrog, 2002. 266 p. (in Russian).
7. Postman N. *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*. New York, 2006. 208 p.
8. McLoughlin C., Lee M. *Web 2.0-based e-learning: Applying social informatics for tertiary teaching*. Hershey, PA, 2011. 483 p.
9. McLuhan M. *Classroom without walls, in explorations in communication*. Boston, 1960. 202 p.
10. Manyika J., Chui M., Bughin J., Dobbs R., Bisson P., Marrs A. *Disruptive technologies: Advances that will transform life, business, and the global economy*. New York, 2013. 176 p.

Cite this article as:

Kotlyar P. S. Reflections on the Media: Discourses of the Media Literacy. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 2018, vol. 18, iss. 3, pp. 261–264. DOI: 10.18500/1819-7671-2018-18-3-261-264
