

**КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИХ НАУК И МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ**

Кафедра общей философии

**Е.М. НИКОЛАЕВА
П.С.КОТЛЯР
М.С.НИКОЛАЕВ**

**НОВЫЕ МЕДИА: СОЦИАЛЬНЫЕ И
АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЕ ЭКСПЛИКАЦИИ**

Казань – 2023

УДК 101.1:316
ББК 60.0

*Печатается по решению учебно-методической комиссии Института
социально-философских наук и массовых коммуникаций
(протокол No 6 от 29 июня 2023 года)*

Рецензент:

доктор социологических наук,
профессор кафедры общей и этнической социологии КФУ **М.Ю. Ефлова**
кандидат философских наук,
доцент кафедры социальной философии КФУ **С.А. Либерман**

Николаева Е.М.,
Котляр П. С., Николаев М.С. Новые медиа: социальные и
антропологические экспликации / Е.М. Николаева, П.С.Котляр,
М.С.Николаев. – Казань: Казанский федеральный университет, 2023. –
171 с.

Коллективная монография является результатом многолетней исследовательской работы авторского коллектива, в фокусе которой находится феномен новых (цифровых) медиа, с акцентом на социально-культурные аспекты их развития. В книге получили свою систематизацию концептуальные соображения, представленные ранее авторами преимущественно в периодических научных изданиях.

Актуальность темы вызвана необходимостью выявления и комплексного осмысления тенденций развития новых (цифровых) медиа, в первую очередь их социально-культурных проявлений.

© Николаева Е.М., Котляр П.С., Николаев М.С., 2023
© Казанский федеральный университет, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	5
Глава 1. ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МЕДИАГРАМОТНОСТЬ	
1.1. Медиаграмотность: проблема концептуализации.....	8
1.2. Медиаграмотность в условиях развития цифровых технологий.....	13
1.3. Медиапространственная коммуникация: проблема аксиологических ориентаций.....	27
1.4. Медиаобразование в условиях глобального мира.....	37
1.5. Рефлексия медийного: дискурсы медиаграмотности.....	41
1.6. Принцип заслуженной случайности как основание цифровой когнитивной активности.....	47
1.7. Пользовательская субъектность в условиях новомедийной реальности: проблема медиаобразования.....	53
1.8. Партиципация и проблема субъектогенеза в медиаситуации.....	62
1.9. Гипертекстуальность как феномен сетевой культуры.....	67
1.10. Концепт-акт/ реальный акт как парадокс информационной культуры.....	74
Глава 2. СОВРЕМЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ: ПРАКТИКИ ИНТЕГРАЦИИ В НОВОМЕДИЙНОЕ ПРОСТРАНСТВО	
2.1. Перспективы интеграции университета в новомедийное образовательное пространство.....	76
2.2. Практики цифрового образования: проблема трансформации хронотопа.....	85
2.3. Организация образовательного процесса в условиях новомедийного пространства.....	95
2.4. Интеракция в социальных сетях как новый тип академического взаимодействия.....	103

2.5. Переосмысление консьюмеристской модели университета как проблема информационного общества.....	108
2.6. Потенциал интеграции современного университета в глобальное новомедийное образовательное пространство (на примере КФУ).....	114
2.7. Университет цифровой формации: проблема гносеологической навигации.....	118
2.8. Кризис университетской образовательной практики: вызовы новомедийной среды.....	122
2.9. Темнократия современных университетов: горизонты будущего.....	128
2.10. Медиа в эпоху искусственного интеллекта.....	131

Глава 3. СОЦИАЛЬНАЯ И АНТРОПОЛОГИЧЕСКАЯ ДИНАМИКА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

3.1. Социальное становление гражданина в цифровой образовательной среде.....	134
3.2. Транспарентный медиаландшафт: проблема трансформации социальных практик.....	140
3.3. Насилие как эстетическая практика цифровой среды.....	147
3.4. Антропологическая динамика в условиях цифровой реальности.....	152
3.5. Системность как атрибут критического мышления: проблема формирования фонового знания.....	161
3.6. Проблема формирования социального капитала в цифровой среде.....	167

Предисловие

Коллективная монография является результатом многолетней исследовательской работы авторского коллектива, в фокусе которой находится феномен новых (цифровых) медиа, с акцентом на социально-культурные аспекты их развития. В книге получили свою систематизацию концептуальные соображения, представленные ранее авторами преимущественно в периодических научных изданиях.

Актуальность темы вызвана необходимостью выявления и комплексного осмысления тенденций развития новых (цифровых) медиа, в первую очередь их социально-культурных проявлений.

Композиционно основное содержание книги разделено на три главы.

Глава 1 «Цифровые технологии и медиаграмотность» посвящена рассмотрению природы новомедийной сетевой среды, тех возможностей, которые она предоставляет и одновременно рисков, с которыми необходимо сопряжена глобальная медийная интерактивность. В главе осуществляется рефлексия медиаграмотности как концепта, посредством которого раскрывается сущность современной формы грамотности, интегрирующей в себе все предыдущие. Также в главе обосновывается значение медиаобразования для современной культуры, которая фундирована новыми медиа. Авторы раскрывают содержание основных составляющих новомедийной среды и развивают идею о том, что уровень медиаграмотности выступает основным фактором формирования современного субъекта. В главе анализируются ценностные сдвиги, которые влечет за собой освоение новомедийной среды, и которые возникают в результате столкновения пользователя с теми или иными кодами медиа-культуры.

В Главе 2 «Современный университет: практики интеграции в новомедийное пространство» анализируются процессы трансформации, которые претерпевает современный университет. С начала XXI века в мире все больше нарастает зависимость от технических инноваций, на фоне медиатизации всех сфер жизни общества, в академическом дискурсе

возникает идея угрозы университету со стороны медиа. Среди основных угроз авторы рассматривают дегуманизацию университетского образования, перевод академических отношений в плоскость консьюмеристской парадигмы, утрата институтом высшего образования гносеологического авторитета. Авторами анализируется ситуация обесценивания академического капитала в сопряжении с тенденциями развития цифровой формации. Предлагается рассматривать взаимосвязь новых (цифровых) медиа и университета сквозь призму трех форм позиционирования медиа: технологической, онтологической и гносеологической. Авторы концептуализируют идею становления новомедийного образовательного пространства, в котором университет обретает новый социально-культурный статус. Рассматривается влияние цифровых технологий на процессы образования и социального становления личности в высшей школе. Проводится экспозиция противоречий, вызванных столкновением аналогового (континуального) хронотопа, в онтологии которого сформировались когнитивные способности человека, его мышление, культура и логики цифровых процессов.

Глава 3 «Социальная и антропологическая динамика в условиях цифровой реальности» представляет собой экспозицию нового (цифрового) медийного пространства в его социальном и антропологическом срезе. Стремительное развитие сетевых ресурсов и появление новых цифровых технологий за последнее десятилетие способствовали формированию более сложной сети социальных связей, изменению представлений о сферах частной и публичной жизни, социальных обязательствах, отношения к поиску информации, оценки дезинформации и информационному ограничению. В главе рассматриваются некоторые противоречия, возникшие в традиции рефлексии социальных практик, осуществляемых в цифровом медиаландшафте.

В главе также рассматривается проблема гражданского образования в цифровой культуре. Авторы задаются вопросом о необходимых

образовательных условиях для формирования цифрового гражданства. Утверждается, что ответственное использование новомедийных информационных ресурсов в открытом коммуникационном пространстве, учитывающее широкие общественные интересы, является главным условием формирования цифрового гражданства. Авторами эксплицированы антропологические сдвиги, фундированные спецификой современных медиа, которые обнаруживают признаки гуманитарного кризиса. Среди них – снижение эгалитарного потенциала цифровой публичной сферы, разрушающее культуру гражданского участия, транзит идентичности в цифровое пространство, где она представлена в виде профиля в сети, преодоление перегруженности и обремененности свободой посредством терапии сетевого отождествления.

Авторы не ставили своей целью охватить исследовательскими интенциями все многообразие проявлений новых медиа в современной культуре. Предметом аналитического дискурса стали ее ключевые сферы, подвергшиеся серьезной трансформации под влиянием цифровизации.

Практическая значимость результатов исследования заключается в возможности их использования в качестве теоретико-методологических оснований для дальнейшего исследования феномена новых медиа, а также при разработке учебных курсов.

Глава 1. ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МЕДИАГРАМОТНОСТЬ

1.1. Медиаграмотность: проблема концептуализации

Понятие «грамотность» традиционно связывается с алфавитом, языковым кодом, оно подразумевает навыки чтения, письма и понимания и всегда было связано с печатными средствами массовой информации. В современном обществе это понятие становится более широким, его содержание охватывает навыки и компетенции, связанные с поиском, отбором, анализом, оценкой и хранением информации, а также ее обработкой и использованием, независимо от применяемых кодов или методов.

Медиаграмотность является составляющей важного процесса коммуникативного развития человечества, который начался с введения классического письменного алфавита и который в дальнейшем распространился на развитие электронных средств массовой информации и оцифрованной информации. Наиболее важными вехами в этом коммуникативном и технологическом развитии являются появление электронных средств массовой информации (телефон, кино, радио, телевидение), обеспечивающих каналы массовой коммуникации и доминирующих с 1950-х годов, и более позднее, – с 1980-х годов, появление цифровых средств массовой информации, парадигмальной основой которых является Интернет.

Появление цифровых средств массовой информации, которые развивались со скоростью и размахом, невиданными ранее в истории, привело в контексте информационного общества к появлению нового интеллектуального, семиотического, коммуникативного и культурного климата, который оказал серьезное влияние как на личное, так и на социальное развитие. Он привел к качественному скачку и в определенной степени к разрыву в системе массовой коммуникации, которая доминировала почти всю вторую половину XX века. В рамках современного общества сосуществуют

две системы: система массовой коммуникации (электронные СМИ) и система мультимедийной коммуникации (цифровые медиа). Для

первой характерны автономия каждой формы СМИ, централизованная циркуляция информации, пассивное потребление, централизованное профессиональное производство, язык, опосредованный характером СМИ, статическое вещание и потребление. В случае со второй мы наблюдаем конвергенцию СМИ, формирование коммуникационных сетей, интерактивное потребление, децентрализованное общественное производство, мультимедийные языки, мобильное вещание и потребление. При этом сегодня можно наблюдать конвергенцию средств массовой информации, что приводит к увеличению количества коммуникационных платформ, объединяющих различные СМИ. К примеру, компьютеры, которые могут принимать телевидение и радио или перекрестное распространение контента (пресса и Интернет).

Радикальные изменения, которые претерпевает сфера коммуникаций, предполагают широкие возможности самостоятельного редактирования, публикации, доступа к источникам, взаимодействия, поиска и т.д. Пользователи сети имеют в своем распоряжении полную систему присвоения в новой информационно-творческой среде: блоги и видео-блоги, RSS-ленты и связанные с ними сервисы, системы подкастинга, источники новостей, позволяющие пользователям проводить их классификацию и участвовать в их распространении, специализированные поисковые системы и системы оповещения, банки изображений и аудиовизуальных материалов, профессиональные сети, социальные сети и т.д.

Все это создает благоприятные условия для нового вида медиапроизводства, имеющего социальный характер, в котором граждане сотрудничают друг с другом в процессе создания и распространения новых структур. Нет сомнений в необходимости овладения новыми навыками и компетенциями в области доступа, использования, оценки, анализа и создания новых языков коммуникации. Подобные навыки объединяют предыдущие

формы грамотности и новые формы медиасреды, помещая их в контекст конвергенции.

Чтобы лучше понять природу медиаграмотности, необходимо обозначить основные вехи в развитии грамотности вообще. Классическая грамотность, которую можно выразить формулой «чтениеписьмо-понимание», доминировала на протяжении веков, и важную роль здесь играло начальное школьное образование. Аудиовизуальная грамотность, основанная на электронных средствах массовой информации (кино, телевидение), фокусируется на видеорядах (последовательные изображения). Она связана с умением анализировать и синтезировать, осмыслять динамические процессы. Цифровая грамотность непосредственно связана с цифровыми медиа, и это породило необходимость развития новых навыков. В свою очередь, это вызвало к жизни феномен медиаграмотности, который возникает как результат конвергенции СМИ – слияния электронных средств массовой коммуникации и цифровых (мультимедийная коммуникация).

Медиаграмотность предполагает владение более ранними формами грамотности и новыми (цифровыми). Конвергирующие технологии влекут за собой процессы конвергенции различных навыков. Современная теория медиаграмотности содержит различные подходы к интерпретации данного феномена. Британский ученый Л. Мастерман предлагает широкую трактовку медиаграмотности, рассматривая ее как результат медиаобразования. В свою очередь, медиаобразование есть свободный исследовательский процесс, не предполагающий навязывание культурных и эстетических императивов, но обеспечивающий право на присвоение информации и свободу самовыражения. В своей концепции Л. Мастерман исходит из идеи критического мышления, принципы которого могут дать независимость сознанию субъекта по отношению к любому медийному контенту. «Критический иммунитет» – это то, что защищает потребителя в ситуации, когда на его сознание предпринимаются манипулятивные атаки. В работе «Обучение медиа» исследователь вводит понятие «критической автономии»

по отношению к получаемой информации и предлагает методы ее формирования и контроля у учащихся. Противостояние медиаманипулированию и понимание скрытых смыслов являются основными целями медиаобразования [1, с. 15-68].

Культурологическая теория медиаобразования (Д. Букингем, Э. Харт, К. Бээлгэт) основана на идее о том, что медиаресурсы в явном виде не занимают манипулированием и навязыванием тех или иных дискурсов, они всего лишь представляют собственное объяснение событий. В то время как аудитория в процессе присвоения информации придает ей различные смыслы. Медиаобразование должно сформировать у потребителя навык критической оценки этих медиатекстов. Согласно позиции Э. Харта, медиаграмотность предполагает, чтобы «учащиеся изучали «метаязык», который позволит им говорить о медиа» [2, с. 21].

Согласно Европейской Хартии медиаграмотности [3], можно назвать семь компетентностных областей, которые в совокупности концептуализируют это понятие:

1. Эффективное использование медиа-технологий для доступа, хранения, извлечения и совместного использования контента в соответствии с индивидуальными потребностями и общественными интересами.
2. Способность получать доступ к широкому спектру СМИ и делать осознанный выбор в отношении их содержания.
3. Способность понимать как, кем и с какой целью создается тот или иной медиаконтент.
4. Способность критически анализировать языки и методы, используемые СМИ.
5. Умение творчески использовать ресурсы СМИ для выражения собственных идей, мнений и их трансляции.
6. Умение выявлять, избегать, критически оценивать медиаконтент, который может быть опасным, нежелательным, оскорбительным, вредить личным и общественным интересам.

7. Умение эффективно использовать СМИ при реализации собственных гражданских прав и обязанностей.

Таким образом, навыки, определяющие медиаграмотность и ее уровень, можно выразить следующими понятиями: доступ к медиа, анализ медиа-контента, критическая оценка медиа-контента и творческое использование ресурсов и возможностей СМИ.

Доступ к медиа – это этап, на котором важными являются знания технологического характера и умения их использовать (работа с поисковыми системами, ссылками на он-лайн ресурсы, социальными сетями и т.д.).

Анализ медиа-контента – это этап, на котором ключевую роль играет сформированный навык вопрошания. Он направлен на выявление качества, достоверности информации, предполагаемой целевой аудитории медиа-послания, последствий его распространения. Анализ предполагает погружение медиа-сообщений в различные контексты: исторический, социально-культурный, политический и т.д.

Творческое использование медиа-ресурсов – этап, на котором пользователь примеряет на себя роль создателя/производителя медиа-продукта. Здесь цифровые инструменты используются для выражения собственных идей, для самовыражения, установления сетевой коммуникации, создания коллабораций, привлечения внимания к общественно значимым проблемам, поиска целевой аудитории.

Развитие медиаграмотности позволяет создать больше горизонтальных коммуникационных потоков в различных социальных контекстах, как следствие, повысить качество социальных отношений.

В этой связи можно говорить о возможности повышения качества публичной сферы, поскольку компетентные и критически осведомленные граждане, обладающие медиаграмотностью, смогут оживить публичную сферу посредством обсуждения общественно значимых вопросов, установления социального диалога. Медиаграмотность это одновременно и способ достижения социальной интеграции, и инструмент, позволяющий

избежать цифрового разрыва. Быть медиаграмотным – одна из фундаментальных черт для нового поколения, а молодые люди, которые не развили в себе эти навыки, могут попасть в группы риска с точки зрения социальной изоляции.

Литература

1. Masterman L. A Rational for Media Education // Media Literacy in the Information Age. – New Brunswick; London: Transaction Publishers, 1997. – P. 15–68.
2. Hart A. Probing the New Literature: A Meta-language for Media // Telemedium. Journal of Media Literacy. – 2000. – Vol. 46. – Is. 1. – P. 21.
3. The European Charter for Media Literacy. – URL: [http:// www.euromedialiteracy.eu/index.php?Pg=charter/](http://www.euromedialiteracy.eu/index.php?Pg=charter/) (дата обращения: 03.09.2022).

1.2. Медиаграмотность в условиях развития цифровых технологий

Сегодня можно утверждать, что произошло расширение набора физиологических потребностей человека. Так, в один ряд с базовыми биологическими потребностями в отдыхе, пище, размножении становится потребность иной природы – потребность в информации. Польза информации не может быть объективирована без соотнесения с человеческими потребностями – через информацию человек обеспечивает свою безопасность, отдых, благосостояние. Однако быть причастными к информационно-коммуникационной системе могут те, кто обладают способностью оплачивать трафик, соответствующими компетенциями пользования цифровыми устройствами, а также знанием достоверных информационных источников и доступом к ним, понимание возможности практической применимости информации. Невозможность выполнения этих условий определяет

возникновение информационного разрыва между группами населения, что позволяет говорить о возникновении нового классового деления: информационной элиты и информационного плебса.

В рамках данной статьи мы не ставим своей задачей рассмотреть явление информационной бедности как результата экономического отставания стран или технической некомпетентности в плане освоения гаджетов. Мы считаем, что в качестве наиболее актуальной проблемы, нуждающейся в теоретическом осмыслении, выступает процесс формирования информационно-практической ориентации пользователей. Иными словами, новейшие цифровые технологии с подробными инструкциями по их освоению являются неполноценными в качестве цифровых инструментов без решения вопроса о культурно-рефлексивном отношении пользователя к медиа. Существует ряд проблем связанных с поиском информации, такие как низкий порог ожидаемого результата, когда пользователь перестает вести поиск и удовлетворяется той информацией, которая ему встречается, так, например, исследователь Д.Чейни отмечает, что студенты "обычно используют скорее ту информацию, которая им попадается, чем решают какая информация им нужна" [1]; использование ограниченного набора поисковых стратегий; отсутствие верификации полученной информации и ее некритическое восприятие. В условиях современной плотности информационных потоков люди минимизируют присутствие негативного контента. Это выражается в тенденции отказа от просмотра новостных репортажей, которые сообщают о террористических актах, стихийных бедствиях и других чрезвычайных происшествиях в пользу новостей из мира шоу-бизнеса, спорта, развлечений [2].

Под понятием грамотность общепринято подразумевать умение читать, писать на определенном языке, в расширительном значении грамотность есть знание внутренней организации какого-либо процесса (устойчивое выражение грамотный специалист). Под информационной грамотностью следует

понимать знание основополагающих элементов, фундирующих цифровой контекст современной информационной среды.

Элементы, фундирующие распространение информации, одновременно выступают и как факторы, определяющие корреляцию человека и медиасреды, в который выстроены процедуры обмена, трансляции и воспроизведения информации.

Одним из главных элементов медийного является интерфейс. На повседневном уровне интерфейс не рефлексится, так как представляет собой достаточно консервативный способ взаимодействия пользователя и гаджета: текст вводится с помощью клавиатуры, информация отображается на экране в виде текстового материала или изображения, активация объектов осуществляется посредством наведения курсора мыши и т.д. Интерфейс буквально означает межграничное состояние, когда физические носители становятся невидимыми и происходит представление информации в материальной форме. Иными словами, интерфейс - это не вещь, интерфейс - всегда эффект, это всегда процесс или перевод. Или как у Дагоне: плодотворная связь [3].

Согласно мнению российского медиатеоретика М.Куртова "Интерфейс" представляет собой сочетание "внешних технических средств", таких как дисплей, клавиатура, мышь и языки программирования [4]. Ключевым свойством интерфейса является его "прозрачность". Пользователи не воспринимают непосредственно сам интерфейс, он располагается вне границ их внимания и обнаруживает себя в моменты сбоя, когда пользователь видит перед собой графическое подтверждение проблемы. Интерфейс, взятый в предельной форме, есть весь окружающий человека мир, Б.Гейтс и Э.Шмидт предрекали растворение Сети в окружающем мире [5].

Цифровой (двоичный) код является языком хранения и передачи информации новых медиа. Цифровые гаджеты обеспечивают доступ к информационной среде в любое время. Именно это повлекло радикальные изменения в классической структуре передачи информации с помощью

аналоговых СМИ. Оцифровка традиционных медиа фактически ознаменовала собой цифровую революцию, когда возникла особая дигитальная среда изменившая социальные характеристики, в первую очередь, духовного производства. Отметим наиболее важные аспекты произошедшей трансформации.

Следующим основанием взаимодействия пользователя и цифровой среды является гипертекстуальность. Гипертекстуальность в целом синонимична понятию "нелинейность" и обуславливает основное отличие цифрового от печатного текста. Гипертекст представляет собой прямую ссылку на определенную дискретную единицу материала за границами смыслов данного текста, которая позволяет понимать его содержательно на более глубоком уровне. Следует отметить, что в данном контексте, говоря о новых медиа, мы ставим знак равенства между дигитальным (цифровым) и виртуальным.

Можно отметить, что потребление информации сегодня определено цифровым детерминизмом и вследствие этого процесс распределения и потребления информации делает невозможным воспроизводство классических монополий традиционных медиа.

Следующим фундаментом цифровой социосферы является интерактивность. Миронов В.В., описывая изменение локального восприятия человеком собственной культуры, характерное для классической культурной парадигмы, отмечает, что за стабильность культурного ядра ответственен адаптивный механизм, который состоит из двух элементов: "смеховая" или низовая культура и элитарная или высокая культура [6]. Иными словами, консервативность культуры обеспечивается предельной идеалистичностью и закрытостью рафинированной вершины культуры и открытостью для продуктов, являющихся порождением низовой культуры. Интерактивность как явление представляет собой взаимодействие между участниками любого современного диалога или полилога, кроме изменения роли зрителя-слушателя-пользователя с пассивно-воспринимающего, абстрактного на

ключевую фигуру медиапространства. Например, в качестве критерия оценки потенциала участия блогера в рекламной кампании рекламодатель производит оценку его аудитории, а именно количество лайков и комментариев под его постами. Рост интерактивности трансформировал культурную логику. В то же время интерактивность порождает неоднозначный феномен новых медиа старого типа, когда определенный медиа-источник находится на цифровой платформе, но отказывает своим адресатам в возможности равноправного участия в производстве контента. Это влечет появление новых информационных каналов, в которых бывшие реципиенты становятся производителями собственного продукта. Такое изменение статуса пользователя представляет собой компенсацию монополистического информационного дискурса в пользу свободной интерпретации информации.

Высокая культура в классическом ее понимании оказывается переработанной новой дигитальной культурой, и вместе с этим массовая культура также становится объектом цифровой детерминации, что делает практически невозможным дифференциацию продукта, который потребляет новый реципиент. Например, посещение концерта популярного исполнителя - это проявление интереса к его творчеству или желание, вызванное мемофикацией его контента или личности? Умение декодировать мемы выступает в качестве условия успешной сетевой коммуникации. Мемофикация выступает в качестве основной тенденции современной медиасреды. Мем – это единица информационной среды, которая подвергается многократной репликации. Российский исследователь М. Кронгауз определяет мем следующим образом: "речевые клише, связанные с одной конкретной ситуацией или текстом (фильм, роман и т.п.). Становясь модными, они воспроизводятся во множестве других ситуаций, уместно или неуместно. Мемы, имея реальный источник, по мере распространения обрастают новыми подробностями, достоверность которых проверить чрезвычайно сложно. Источники стираются, исчезают, важные фрагменты удаляются, а легенда становится важнее реальности" [7].

Также необходимо выделить мобильность как составляющую новомедийной среды. Развитие Интернета и гаджетов изменили идентификацию пользователей и выступили одним из основных факторов культурной глобализации. В этом контексте медиа-устройства и медиа-контент составляют органическое единство, объект фетишизации, который из средства становится способом существования. Примат мобильности становится постулированием пост-технического восприятия гаджета как условия преодоления пространственно-временной обусловленности. Таким образом, дигитальная мобильность есть симптом собирания бытия не человеком, а медиа [8].

Как отмечает Й.Хёриш [9] медиа способны не только объединять, но и разъединять людей. Это происходит через опосредование человеческих отношений материальными посредниками, но в отличие от медиа старого типа, например денег, новые медиа дезмансипируют человеческие отношения тотально. Однако согласно позиции российского медиафилософа В.В.Савчука: "Человек сам становится средой — массой — постоянного круговращения информации"[10]. Медиа деперсонализируют, проникают внутрь людей, становятся их оптикой, изменяют сознание и т.д. Подобный подход к проблеме медиа, на наш взгляд, может быть дополнен. Французский социолог Б.Латур предлагает концепцию, основанную на принципе ирредукционизма: "ничто не является редуцируемым или не редуцируемым посредством самого себя, но всегда через посредничество чего-то другого, что его измеряет и придает ему меру"[11]. Этот принцип уточняется А.Кузнецовым, он называет его прагматическим ирредукционизмом. В широком смысле он может быть интерпретирован в качестве вопроса: если медиа детерминируют социосферу и растворяют персональное (мнение, образ жизни и др.), делая людей единым медиа-телом, то насколько продуктивным будет постановка вопроса о проблеме человека в современной социосреде?

Российский исследователь К.К.Мартынов подходит к проблеме человека в Сети, делая акцент на превентивной стороне проблемы:

"Человеческий вид столкнулся с новым очень активным вирусом, носящим не генетическую, а меметическую природу... Поэтому ответом на информационные вирусы должен стать дальнейший прогресс нашей культуры, формирование Homo digitus, цифрового человека" [12]. Иными словами, классический субъект (в контексте данной статьи это не нововременное понимание субъекта, которому следует противопоставлять неклассического, дефрагментированного субъекта, а тот актер, который принадлежит доцифровому социальному миру) не может противостоять цифровому детерминированию и фактически становится нейтральным медиумом, средой. Его можно описывать в качестве блуждающего субъекта, реципиента информации без ее рефлексии.

Утрата человекосоразмерности объемов информации в новомедийной среде обесценивает ее. Общепринятым является обращение к концепции симулякров Ж.Бодрийяра при проблематизации феноменов виртуальности. Согласно французскому философу: "Симулировать значит делать вид, что имеешь то, чего нет на самом деле" [13] Сам симулякр есть "означающее без означаемого", симулякры создают собственную мнимую реальность, согласно Бодрийяру, симулякризация присутствует повсеместно. Получается, что человек лишен возможности различить истинное от симуляции. Это трансформирует отношение человека к действительности и дискредитирует традиционные культурные императивы. Сегодня человек все более отдаляется от непосредственного, вне-медийного восприятия реальности: температуру на улице можно узнать, посмотрев на экране гаджета, событие становится видимым только через медиа, так как от очевидцев на месте оно ускользает в силу того, что они начинают его запечатлевать. Кроме того, для понимания действительности и ее подтверждения человеку становится необходимо войти в Интернет и узнать об этом событии. В.В.Савчук отмечает, что сегодня можно говорить о таком тренде, как желание постинформации, когда, например, человек отправляется путешествовать, уже зная, что он там увидит, единственное, что будет для него новым – это запахи, температура и еще ряд

тактильных ощущений. На наш взгляд, теория симулякров для современной социальной теории утрачивает эвристическое значение. Знаменитое музыкальное произведение "Четыре минуты тридцать три секунды" Дж. Кейджа представляет собой концерт тишины. Можно ли это понимать в качестве симулякра? Безусловно, так как, например, нельзя узнать, слушая пьесу онлайн, была ли тишина записана или за нее выдали отсутствие звука. Но сегодня услышать тишину для человека становится возможным только благодаря медиа. Поэтому необходим пересмотр значения и места симулякров для новомедийного символического обмена.

Когда рассмотрение медийного и его эффектов происходит в контексте диад человек-гаджет, человек-социальные Сети и т.д., то цифровые феномены понимаются как инструменты. Именно при таком подходе получается, что человек оказывается либо поглощен ими, или обманут. Неизвестным остается точка отсчета в оценке его положения. Представляется продуктивным внесение в схему человек-медиафеномен звена медиаграмотности. Иначе человек будет тем самым "бестелесным индивидом", который подключен к информационным потокам, описанным Марком Постером, который есть новый тип Паноптикума [14]. Следует отметить, что принятие схемы человек – его уровень медиаграмотности – медиафеномен означает возможность развести человека и медийное. Пользователь новых медиа характеризуется как субъект, постоянно подключенный к информационным потокам (через Интернет- surfing или подключенные push-уведомления). Это означает, что медиа структурируют его повседневность. В качестве опор выступают выбранные медиаканалы, через которые пользователь узнает информацию. Если уровень его медиаграмотности невысок, то тогда пользователь оказывается под властью тех медиа, которые он выбрал. В этой ситуации актуализируется проблема симулякризации, растворения персонального в медиасреде и т.д. Иными словами уровень медиаграмотности обратно пропорционален степени поглощением человека медиа, следовательно, антагонистичен медиа.

Медиаграмотность представляет собой так называемый зонтичный термин, так как в социальной теории отсутствует единое определение данного понятия. В качестве наиболее распространенных трактовок медиаграмотности можно назвать следующие: медиаграмотность есть способность получать доступ, анализировать и передавать сообщения различных типов [15]; медиаграмотность есть задавание вопросов к содержанию того, что человек смотрит, читает, слушает [16].

Ранее нами было показано, что ориентация пользователей внутри информационных потоков новых медиа необходимо включает в себя понимание принципов взаимодействия человека и цифровой техники. Мы предложили рассматривать это отношение не с позиции инструментального понимания медиа, а пространственного. Так, медиаграмотность оказывается условием успешной экспансии медиасреды, что отличается от понимания медиаграмотности как технического умения в ситуации, когда человек использует цифровые технологии только в качестве новой формы, лишаясь при этом возможности конструктивного противопоставления себя медиареальности и притятия своей новой субъектности.

Американский профессор Дж. Поттер отмечает, что поисковый запрос в Google выдает 765 000 результатов на запрос "медиаграмотность" [17], это подчеркивает все нарастающий интерес к данной проблеме, однако оценить значение как теоретических, так и практических работ в данной области на сегодняшний день не представляется возможным, так как существует тенденция локальной концептуализации подходов, что значительно усложняет понимание медиаграмотности как феномена. Американский специалист в сфере медиаобразования, директор лаборатории медиаобразования (Media Education Lab) США Р.Хоббс сравнивает медиаобразование с ребенком с тысячей имен [18].

В контексте данной статьи нам представляется важным разделение корпуса исследований теоретической направленности и работ, являющихся

результатом различных гражданских объединений или государственных институтов.

Общепринято считать временем становления дискурса медиаграмотности 1960-ые годы, когда для стран Европы, США и Канады для расширения демократических прав и свобод граждан стало необходимо лучшее понимание тиражируемого СМИ контента. Британский исследователь Р.Уиллиамс отмечает, что в XIX под грамотностью подразумевалось единство умения читать и быть легко читаемым [19]. Проводя аналогию, можно предположить, что медиаграмотность с середины XX века становится условием, фактически синонимом активного участия в жизни демократического общества.

С момента формирования представления о так называемом "эффективном гражданине" актуализируется проблема медиаобразования как гражданского лифта. С развитием технологий, медиаобразование вбирало в себя необходимость повысить визуальную грамотность, компьютерную грамотность, Интернет-грамотность и т.д. [20]. Каждому этапу развития технологий соответствовала особая стадия медиаобразования и соответственно понимание медиаграмотности.

Среди большого количества медиаобразовательных теорий американский исследователь Дж. Поттер выделяет четыре конструирующие темы. Первая заключается в тезисе, что массмедиа обладают потенциалом негативного воздействия на своего реципиента, но одновременно с этим медиа обладают возможностью оказывать положительные эффекты.

Этот подход солидаризируется с первой стадией развития медиаобразования. Как отмечают некоторые исследователи, эта модель взаимодействия может быть обозначена как протекционистская [21] или инокуляционная [22]. В рамках такого подхода к медиаобразованию предполагалось, что различные вещательные формы медиа оказывают на зрителя негативное влияние, так как обладают большим потенциалом гипнотизирования и идеологической обработки. За самим реципиентом СМИ

закреплялся статус *tabula rasa*, то есть СМИ могли навязать каждому человеку абсолютно любые ценности.

В качестве второй Поттер называет существование некоего общего абстракта цели, который заключается в преодолении, минимализации негативного влияния со стороны медиа. Он отмечает, что существует ряд расхождений среди теоретиков медиаобразования и масштабах воздействия медиа на людей, но отмечает, что даже незначительное влияние СМИ надо рассматривать соотносительно с количеством времени его воздействия, на современном этапе это вся жизнь человека.

Это присуще фазе смирения, которая начинается с семидесятых годов XX века. На данном этапе продолжающееся развитие и интеграция медиа во все сферы жизни человека показала несостоятельность стратегии негативного восприятия их потенциала для сферы образования. Медиа становятся инструментами процесса обучения. Одновременно с этим начинает оформляться корпус вопросов, которые должны были раскрыть идеологическую программу СМИ.

Третьей темой Поттер называет понимание медиаобразования как длительного процесса и возможность потерять приобретенные знания, если человек будет изъят из медиасреды и возвращен туда спустя время, так как имеющиеся навыки могут оказаться несостоятельными, вследствие изменений в формах сообщения информации. Четвертая тема связана с пониманием медиаграмотности как многомерного феномена, ибо СМИ способны оказывать воздействие на формирование оценочных установок, эмоционального и физического состояния.

Эти подходы свойственны теориям медиаобразования критической направленности, появление которых приходится на конец восьмидесятых годов. С этого периода в США, Канаде, Австралии, Европе медиаобразование становится одной из приоритетных сфер изучения, это подтверждается появлением большого количества международных конференций, среди которых "The World Summit On Media For Children Foundation". Кроме этого

формируются различные общественные комитеты так или иначе занимающиеся разработкой ключевых принципов медиаобразования.

Британский исследователь в сфере медиаобразования Д.Букингем утверждает, что медиаобразование это процесс "обучения и изучения медиа" [23]. Букингем полагает, что быть медиаграмотным в современном обществе так же важно, как и уметь читать и писать. Под медиаграмотностью он подразумевает не набор практических навыков использования новых технологий, а возможность установления о взаимодействия между медиа и пользователями.

В 1985 году выходит книга Лена Мастермана "Teaching the Media". Автор данной работы являлся одним из медиапедагогов нового типа, он не разделял протекционистскую парадигму и оказал впоследствии большое влияние на формирование медиаобразовательных тенденций в англоговорящих странах. Его концепция медиаобразования не вписывалась в имеющуюся на тот момент модель образования. Его позиция предполагала необходимость пересмотра самого принципа обучения. Он выдвигает тезис о том, что для осуществления медиаобразования необходимо: "неиерархические режимы обучения и методология, которая будет способствовать рефлексии и критическому мышлению, и в то же время будучи живой, демократической, корпоративно-ориентированной и нацеленной на конкретные действия, которые может сделать учитель" [24].

Д.Букингем разделяет позицию Л.Мастермана о необходимости пересмотра оптики восприятия медиа с "защитной" на "деятельностную". Кроме того Букингем пишет о том, что определение зрителя как пассивного объекта получения информации не совсем верно, так как в том числе изменился сам ландшафт медиасреды.

Представляется очевидным, что медиаграмотность является необходимым условием не только удовлетворения информационно-коммуникационных потребностей современного человека, но и обязательным для становления информационной культуры. Интерпретация

медиаграмотности как некоторого инструментального навыка выступает в качестве фактора разделения общества на медиа-элиту и медиа-плебс. По нашему мнению, медиаграмотность в контексте развития медиаобразовательной теории подтверждает, что наиболее актуальным является понимание медиаграмотности как условия выделения человека из тотальности медийного в качестве медиа-субъекта.

Литература

1. Cheney, D. Fuzzy logic: Why students need news and information literacy skills. Youth Media Reporter, 2010. URL:<http://www.youthmediareporter.org/2010/06/24/fuzzy-logic-why-students-need-news-and-information-literacy-skills/>. Дата обращения: 31.05.2017.
2. Vahlberg, V., Peer, L. and Nesbit, M. If It Catches My Eye: An Exploration of Online News Experiences of Teenagers. Evanston, IL: Media Management Center, Northwestern University. 2008. URL:https://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2013/09/NIE_If-it-catches-my-eye-2008.pdf. Дата обращения: 31.05.2017.
3. Гэллоуэй, А. Р. Неработающий интерфейс // Медиа: между магией и технологией / под ред. Н. Сосна и К. Федеровой. – М.; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2014. – С. 252–288.
4. Куртов, М.А. Генезис графического пользовательского интерфейса. К теологии кода. — СПб.:Транслит, 2014. С.7.
5. Хачатрян Э., Коцар Ю., Бевза Д. Всех вылечат, а интернет умрет. URL: http://www.gazeta.ru/tech/2015/01/23_a_6385045.shtml. Дата обращения: 04.06.2017.
6. Миронов, В. В. Трансформация культуры в пространстве глобальной коммуникации // Гуманитарий Юга России, 2012. Том. 0. № 1. С. 101-120.

7. Кронгауз, М.А. Самоучитель олбанского.. – М.: АСТ: CORPUS, 2013. С.32.
8. Красноярова, О. В. Медиа как среда современного человека // Известия ИГЭА. 2010. №6. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/media-kak-sreda-sovremennogo-cheloveka>. Дата обращения: 04.06.2017.
9. Сивков, Д. Ю. Медиа и метафизика // Медиафилософия II. Границы дисциплины / Под ред. В. В. Савчука, М. А. Степанова. СПб.: Санкт-Петербургское Философское общество, 2009. — С. 16 - 25.
10. Савчук, В.В. Медиареальность. Медиа субъект. Медиа философия (интервью) // Медиафилософия II. Границы дисциплины / Под ред. В.В. Савчука, М.А. Степанова. СПб.: Санкт-Петербургское Философское общество, 2009. С.226- 242.
11. Кузнецов, А.Г. Медиации и бытие в философии Бруно Латура // Медиафилософия V. Способы анализа медиареальности. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. филос. о-ва, 2010. – С. 244–257.
12. Мартынов, К. Homo digitus // Фонд Общественное Мнение / ФОМ [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/science/10025>. Дата обращения: 04.05.2017.
13. Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляция / Пер. с фр. О. А. Печенкиной. Тула: Тульский полиграфист, 2013. С.6.
14. Poster, M. The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context. Chicago: University of Chicago Press, 1990.
15. Aufderheide, P. (Ed.). Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Aspen, CO: Aspen Institute, 1993.
16. Hobbs, R. The great debates circa 2001: The promise and potential of media literacy. Community Media Review, 2001, pp.25-27.
17. Potter, W. James "The State of Media Literacy", Journal of Broadcasting & Electronic Media 54(4), 2010, pp. 675-696.
18. Hobbs, R. Pedagogical issues in U.S. media education. In S. Deetz (Ed.) Communication Yearbook 17. Newbury Park: Sage Publications, 1994, pp. 453-466.

19. Williams, R. Keywords: A vocabulary of culture and society. London: Fontana, 1988. Pp.187-188.
20. Burn, A. & Durrant, J. Media literacy in schools: Practice, production and progression. London: Paul Chapman, 2007.
21. Федоров, А.В., Новикова А.А. Основные теоретические концепции медиаобразования // Вестник Российского гуманитарного научного фонда. 2002. № 1. С.149-158.
22. Halloran, J., & Jones, M. The inoculation approach. In M. Alvarado & O. Boyd-Barrett (Eds.), Media education: An introduction (pp. 10-13). London: BFI, 1992.
23. Buckingham, D. Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. Cambridge: Polity Press, 2003. P.4.
24. Masterman, L. Teaching the Media. London: Comedia Publishing Group, 1985. P.27.

1.3. Медиапространственная коммуникация: проблема аксиологических ориентаций

Пребывание в реалиях современного мира позволяет констатировать, что человек чаще всего не нуждается в другом человеке в плане его физического присутствия в непосредственной близости. Следует отметить, что исторически опыт взаимодействия между людьми необходимо включал в себя элемент опосредованности материальным носителем (письмо), а также привлечением людей, которые осуществляли функцию вербальной передачи информации. Однако сегодня коммуникация оказалась принадлежащей иному, нежели физическое пространство измерению — медиапространству. В этой связи мы предпринимаем попытку осуществить анализ данной проблемы, с целью обнаружить возможности философской рефлексии для ее решения.

Проводя аналогию с социальным пространством, логику которого продолжает медиапространство, следует предположить, что благодаря

философской рефлексии мы можем обозначить новые аксиологические ориентации, которые возникают в культуре медиапространственной коммуникации. Но прежде следует установить возможную ясность значения используемого в данной статье понятия "медиапространство" и обозначить некоторые, на наш взгляд наиболее полно отражающие его суть, существующие трактовки.

Предварительно, во избежание возможных недоразумений, следует отметить, что мы разделяем понятия киберпространство и медиапространство. Оба этих термина имеют большое семантическое поле употребления, и у них при этом отсутствует общепринятая трактовка в философских исследованиях.

Термин "киберпространство", введенный У.Гибсоном в романе "Нейромант"[1] обозначал всю информацию, которая содержится в компьютерных сетях. Сегодня Интернет является киберпространством, объединяющим все наличествующие информационные сети, которое можно рассматривать в качестве проекции реального пространства социума. Сам процесс становления информационных сетей явился следствием развития компьютерных технологий, именно этим обусловлено то, что информационное пространство имеет, прежде всего, компьютерный (кибернетический) характер. Таким образом, термин "киберпространство" обозначает глобальную совокупность электронных систем.

Интересно отметить факт существования "кибергеографии" [2] — подхода к изучению Интернета, в рамках которого применяются методы географических исследований. Однако наиболее проблемным представляется изучение киберпространства как пространства, продолжающего логику социального. Именно этот аспект его рассмотрения выводит нас на вопрос взаимосвязи реальности и компьютерной виртуальности. Еще лет десять назад киберпространство в обыденном понимании сравнивалось с иллюзиями, миражем, который мог быть способным временно помутить разум человека и повлиять на его повседневную жизнь. Многочисленное количество выпусков различных телешоу, на которых обсуждались проблемы девиантного

поведения детей, которые "переиграли" в компьютерные игры и решили продолжить игру в реальности, например, нападая на одноклассников с ножом и пр. Рассказы в жанре "кибер-ужас" были довольно популярны, страх перед тем, что то, что находится по ту сторону монитора, может оказаться рядом, активно культивировался кинематографической индустрией. Однако как отмечает французский философ Ж.Бодрийяр: "... когда мир людей оказывается проникнут технической целесообразностью, то при этом и сама техника обязательно оказывается проникнута целесообразностью человеческой — на благо и во зло" [3, с. 129]. С освоением киберпространства, произошла не только смена парадигмы восприятия человеком виртуальности, но и непосредственно окружающего его реального мира. Киберпространство открылось человеку как модальность для самореализации.

Понятие "медиапространство", имеет гораздо более глубокие смысловые корни в истории человечества, чем "киберпространство". Можно утверждать, что на период после кибернетической революции приходится серьезная трансформация понимания концепта медиа. Термин *media* в русский язык пришел в конце XX века, он имеет латинское происхождение и может быть переведен как "посредник или средство". Этот термин находится в словоупотреблении с XII века и сначала использовался для обозначения газет, затем почты и телеграфа, а с XX века вобрал в себя радио, телевидение и Интернет.

Понятие медиапространство актуализировалось как предмет научной рефлексии в конце XX начале XXI века. Российский исследователь Е.Н. Юдина рассматривает медиапространство как особый социальный феномен. Оно включено в социальное пространство и представлено в трех репрезентациях: как физическое пространство, как пространство социальных отношений и как символическое пространство. Внутри медиапространства она выделяет следующие структуры: масс-медиа как базовую основу производства и передачи массовой информации; отношение медиа-агентов по поводу производства и потребления массовой информации;

"информационный символический продукт, в форме которого распространяется массовая информация"[4].

Российский культуролог Н.Б. Кириллова придерживается мнения, что "медиа — это не просто средство для передачи информации, это целая среда, в которой производятся, эстетизируются культурные коды" [5]. Согласно мнению отечественного исследователя В.В. Савчука, "Медиа - универсальная форма опосредствования. На первый взгляд они нейтральны, в действительности же всегда определяют наше отношение к воспринимаемому, то есть к выделенной, обработанной, переданной и явленной нам реальности, а в конечном счете медиа определяют саму реальность. Средства коммуникации — вне нас, а медиа — внутри нас" [6].

Социолог Е.Г. Ним разрабатывает теоретическую модель медиапространства, исходя из результатов анализа медиакommunikаций в пространственном аспекте. Она выделяет три возможных измерения медиапространства: медиированное пространство — это "переданное", репрезентированное посредством медиа пространство; второе — медиатизированное пространство — это любой тип социального пространства, предполагающий использование медиа и/или испытывающий их значительное влияние; третье — пространство медиа — материальное пространство масс-медийных сетей и потоков. Медийное пространство может изучаться с позиций физической и "виртуальной"(кибер-) географии. Е.Г. Ним определяет свою задачу как "разработку каждого выделенного направления, включая описание методологии анализа и демонстрацию "образцовых" примеров эмпирических исследований в данной области" [7].

В рамках анализа существующих трактовок медиапространства, исследователь О.В. Монастырева делает заключение, что есть два аспекта, которые обуславливают разное понимание феномена медиапространства. Во-первых, медиапространство как "срединное положение" ("промежуточное положение медиапространства в коммуникационной цепочке отправитель-канал-получатель сообщения" [8]); во-вторых как "опосредованности" (в

качестве некоего посредника, организующего представление о мире в самых разных его проявлениях). Так, по мнению О.В.Монастыревой, получается, что через медиaprостранство идет диалог его участников, но одновременно с этим — "они оказываются вовлечены в сложный процесс диалога с публичной сферой, в которой действительность преломляется через "катализаторы" коммуникации" [8]. Согласно М. Маклюэну, средства коммуникации под воздействием направленного влияния электрической технологии достигнут всевластия в обществе, тем самым это обусловит возникновение мировой "глобальной деревни".

Несмотря на разницу многих теоретических трактовок понятия, можно выделить общие моменты, которые сближают исследователей во взглядах на сущность медиaprостранства. Следует отметить, что в качестве некоторого базиса медиaprостранства большинство из авторов называют средства массовой информации. Составленная ими сложная система обусловила возникновение, такого культурного фрактала как медийный город (т.е. город, который невозможно репрезентировать посредством клишированных форм, он весь — одна неупорядоченность спецэффектов, которые гипнотизируют горожан или заставляют их бежать вон)[9]. Следует добавить, что медийный город являет собой новую форму социальной фрактальности. Человек всегда живет в социальном образе, и подражание является разновидностью подобного, образного, фрактального поведения. В медийном городе человек строит себя по образу и подобию спецэффектов. В определенном отношении житель медийного города не столько самостоятельное индивидуальное существо, сколько ассимилированный медийный опыт, и в этом отношении — социальный фрактал, являющийся продолжением, расширением совокупности спецэффектов.

Система медиа способствовала становлению особого характера коммуникации, исходя из которого, можно выделить ряд ценностей, которые фундируют данный тип коммуникации. Медиaprостранственная коммуникация являет собой особый многогранный феномен, неизбежно

попадающий в фокус философского рассмотрения. Ее исследование закономерно сопряжено с рассмотрением аксиологических вопросов, которые находятся в сфере осмысления философов, начиная с Платона, поскольку становление человека в качестве личности предполагает его носителем ценностных основ социальности. В контексте медиапространственной формы функционирования коммуникации человек находится в фукианской логике раскрытия истины о самом себе. Иными словами, индивидуальная экспрессия в каждом новом взаимодействии разотождествляет человека и ценности реальности социальной. Однако в рамках данного исследования представляется невозможным в полной мере проанализировать все преломления аксиологических "рубрик", таких как истина, добродетель, идеал и др. в новой реальности. Наиболее важным представляется установление того, что можно маркировать в качестве титульных ценностей, которые наиболее значимы во всех форматах коммуникации online.

Обращаясь к анализу коммуникации в медиапространстве, необходимо выделить следующие ее сущностные характеристики: 1) локальную совместимость коммуникантов, это можно проиллюстрировать тем, что коммуникация в ряде приложений возможна лишь для владельцев определенной марки мобильных устройств; 2) отсутствие персональной адресности для начала коммуникации, когда текстовый/видео-/фото-/звуковой пост обращен не к конкретному пользователю, а к аудитории, один из участников которой решит актуализировать себя как коммуниканта в комментарии, вступая в диалог; 3) всевременной характер коммуникации, когда в каждый момент времени участники коммуникации могут восстановить ход предыдущего сеанса общения и начать его ровно с того места, на котором остановились; 4) полиформатность общения, то свойство медиапространственной коммуникации, которое позволяет комфортно чувствовать себя человеку с любым типом восприятия: можно совершать видеозвонки, писать текстовые сообщения в социальных сетях, можно общаться там же с помощью стикеров или картинок, звуковых сообщений.

Сегодня медиа не существуют отдельно от общества, они растворяются в социальной реальности, насыщая ее дигитальными образами и нарративами. Тем самым они серьезным образом меняют конфигурации социального пространства. Н.Коулдри и А.Маккарти отмечают, «связывая одни определенные места с другими, медиаобразы, медиатексты и потоки данных могут трансформировать пространственный порядок этих мест, часто при этом разрушая их локальную культуру и сложившиеся пространственно-коммуникативные практики» [10, с. 5 — 8]. Для обозначения медиасобытий, которые напрямую или опосредованно влияют на социальную реальность, вызывая изменения в жизни общества, американский медиа-теоретик Д.Рашкофф ввел термин медиавирус [11]. Медиавирусы свободно циркулируют в сетях медиaprостранства. Для привлечения внимания они встраиваются в оболочку, выполняющую роль носителя. В качестве таковой могут быть событие, музыкальная фраза, слоган, скандал, визуальный образ, поп-знаменитость и др. Посредством медиавирусов в инфосферу вводятся латентно пребывающие в них концептуальные содержания (часто идеологического характера). Их автор называет мемами (др.греч. «имитатор», «подражатель»).

Автором теории «мемов» является английский биолог Р.Докинз, под мемом он понимал единицу культурной эволюции, считая, что мем в обществе имеет биологический аналог – ген. «... Примерами мемов могут служить мелодии, идеи, поговорки, фасоны одежды, способы изготовления керамики или строительства арок ... мемы распространяются через «мемофонд», переходя из мозга в мозг с помощью процесса, который в широком смысле, может быть назван имитацией. Если ученый слышит или читает об интересной идее, он передает ее своим коллегам и студентам, упоминает о ней в статьях и лекциях. Если идея прививается (становится модной), она, можно сказать, размножает сама себя, распространяясь от мозга к мозгу» [12].

Медиа создают между людьми каналы коммуникации и формируют клубки обратных связей, имеющих хаотичный характер. Количество обратных

связей растет по экспоненте, они становятся питательной средой для распространения медиавирусов. Эти связи запускают механизм итерации мемов, посредством чего становится возможным формирование определенной архитектуры социальных феноменов (бизнеса, политики, образования, человеческих отношений). Восприятие реальности в целом становится опосредованным мемами.

Наиболее серьезными медиавирусами являются те, что обладают способностью трансформировать личность или социальный организм в целом. Они создаются технологами миметики с целью определенного воздействия, преследующего конкретный результат. Как правило, подобные мемы носят деструктивную направленность, к примеру, они могут содержать в себе идеологию террористического толка или различных тоталитарных сект. В этом случае резко возрастает опасность личностного распада, поскольку человек становится носителем вируса, а ценностные основания его сознания приобретают размытый, диффузный характер.

Следует принимать в учет тот факт, что зафиксировать все аспекты медиапространственной коммуникации невозможно, поскольку она носит преимущественно стохастический характер. При этом необходимо указать на невозможность редуцирования ее к вещественной реальности, в которой, собственно и складывался корпус ценностных ориентиров социума. Сегодня можно обозначить тренды, которые свидетельствуют о смене аксиологической парадигмы. Если прежде человек в качестве инструментария для ориентации в культурном пространстве имел набор неких фундаментальных ценностей, то теперь кроме замены этих ценностей новыми, изменилось и само их определение. Новые ценности — это всё то, что позволяет человеку самоопределиться здесь и сейчас в мире, лишенном твердых бытийственных оснований. То есть, на смену понимания ценности как параметра в определенном историческом культурном пространстве, а значит обладающей стабильным характером, приходит онтологическое самоопределение человека через его субъективную реальность.

Информационное общество, в котором живет этот герметичный человек, задает необходимость интенсифицировать общение, но это общение принадлежит реальности виртуальной, где уже нельзя обратиться к подлинной радости, осуждению и другим проявлениям ценностной экспрессии коммуниканта. Так при написании сообщения выбирается какой-либо из предложенных грустных или радостных смайлов, наиболее соответствующий словам сочувствия при смерти близкого, или обозначающий разделение негодования о резкой смене погоды. Но возможен вариант, когда все оттенки переживания выражаются только через обозначения ":)" и ":(". И адресатами подобных посланий их содержание будет оценено положительно, потому, что оно соответствует одному из типологических кодов медиакультуры — быть динамичным. Поспешное преодоление ситуации, чувства, эмоции, видения, характера и т.д. направлено на сохранение статуса пребывания в потоке тотального медийного обобществления, который на современном этапе является основным содержанием аксиологического универсума.

Логика медиапространства является условием возникновения взаимодействия внутри нее, и характер этого взаимодействия может быть схвачен только изнутри этой контекстуальности. Расхождения между аксиологическими ориентациями мира пре-медиапространственного и медиапространства как такового, так или иначе восходят к проблематизации фигуры коммуниканта, то есть носителя ценностных установок. Человек как элемент медиапространственного взаимодействия стоит на следующей ступени культурного антропосоциогенеза — он может существовать только протезированным, его протезы — это современные гаджеты, которые наращивают возможности с каждым днем. Как писал Ж. Бодрийяр: "Речь не идет о том, чтобы быть или даже иметь тело, а о том, чтобы быть подключенным к нему. Подключенным к сексу, подключенным к собственному желанию" [10, с.103], человеку сегодня важно быть подключенным к тотальности медиапространства, это представляется его главным гарантом как коммуниканта, как субъекта новой реальности.

Таким образом, можно зафиксировать, что свойства медиапространства обуславливают как характеристики коммуникации, так и коммуниканта. Аксиологические ориентации прошлого оказываются несостоятельными, в виду качественно нового этапа человеческого развития, когда необходимо подтверждение собственной причастности к новой реальности. Можно утверждать, что доминантными в философской рефлексии аксиологических маркеров медиапространства являются гносеологические ходы. Именно они позволяют осуществить экспликацию особенностей познавательного аппарата и когнитивных интенций коммуниканта, дериватом которых являются его ценностные ориентации.

Литература:

1. Гибсон, У. Нейромант: Фантаст.роман / Пер. с англ. Е. Летова, М. Пчелинцева. — М.: Аст; СПб.: Terra Fantastica, 2000. — 317с.
2. Kitchin, R. (1998) Towards geographies of cyberspace. *Progress in Human Geography*, 22 (3). pp. 385—406
3. Бодрийяр, Ж. Система вещей / Пер. и сопров. ст. С. Зенкина. — М.: Рудомино, 2001. — 224 с.
4. Юдина, Е.Н. Медиапространство как культурная и социальная система : Монография / Е. Н. Юдина ; Моск. пед. гос. ун-т . — Москва : Прометей, 2005. — 160 с.
5. Кириллова, Н.Б. От медиакультуры к медиалогии // Культурологический журнал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.cjournal.ru/rus/journals/98.html&j_id=8
6. Савчук, В.В. Медиа внутри нас : [О природе средств медиа] / В. В. Савчук // Звезда : Ежемесячный литературно-художественный и общественно-политический независимый журнал . — 2012 . — № 6 . — С. 212—219.
7. Ним, Е.Г. Медиапространство: основные направления исследований // Бизнес. Общество. Власть. — 2013. — №14. — С. 31—41
8. Монастырева, О.В. Медиапространство: обзор представлений и подходов к пониманию // Вестник АмГУ. — 2010. — Вып. №50. — С. 56—62.
9. Маккуайр, С. Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство / Пер. с англ. Максима Коробочкина. — М.: Strelka Press, 2014. — 392 с.
10. Couldry, N. and McCarthy, A. (eds) *MediaSpace: Place, Scale and Culture in a Media Age*. New York: Routledge, 2004. pp. 1—18.

11. Рашкофф, Д. Медиавирус! Как попкультура тайно воздействует на ваше сознание — Режим доступа: mediavirus.narod.ru/content.html (дата обращения 23.12.2015)
12. Dawkins, R. *The Selfish Gene*. New York: Oxford University Press, 1976. 360 p.
13. Бодрийяр, Ж. Америка / пер. с фр. Д. Калугин. — Санкт-Петербург : Владимир Даль, 2000. — 203, [2] с.

1.4. Медиаобразование в условиях глобального мира

Понятие глобализация является предметом изучения ряда научных дисциплин. В целом общей смысловой скрепой всех существующих его толкований можно обозначить понимание глобализации как процесса, в ходе которого возникает новый тип политических, экономических, социально-культурных взаимоотношений и новая пространственность, в которой он может осуществляться. Этим пространством является глобальный мир, а в качестве нового типа отношений выступает кросс-культурная взаимозависимость. Безусловно, такое явление как глобализация можно обозначить в качестве метафеномена, который образует структурную решетку современной картины мира.

Российский политолог А.И.Уткин [1] выделяет два периода в истории общемирового сближения, когда произошли качественные изменения в отношениях взаимозависимости стран. Первый - это рубеж XIX и XX веков, когда благодаря развитию пароходства, железной дороги, телеграфа, телефона и конвейера изменяется пространственное ощущение мира - мир начинает восприниматься не как "большой", а как "средний". Это общество революционного ускорения мирового сближения характеризовалось организацией вокруг идеи примата инновации перед традицией. Вторым этапом, или возобновлением глобализации автор называет 1970-ые годы XX века, когда произошел революционный скачок в развитии, в первую очередь цифровых технологий, что повлекло изменения в способах и скорости

коммуникации. В качестве системообразующей идеи данного типа общества мы, следуя логике А.И.Уткина, обозначим идею унификации.

Действительно, многомерный мир оказывается переподчинен логике рыночного капитализма, который начинает диктовать свои условия, главным из которых оказывается постоянное увеличение объемов потребления. Это привело к возникновению такого типа общества, внутри которого максимально открыты каналы обмена, передачи товаров, иными словами возникает некоторого рода "космополитичность" потребления. Социолог М.Кастельс отмечает, что со становлением глобальной потребительской культуры возникает и глобальная публичная сфера, которая представляет собой "единое круглосуточное пространство глобальных информационных потоков. Однако продуцирование этой информации всегда смещено "в сторону определенных ценностей и интересов, а значит не нейтрально"[2, с. 148]. Получается, что информационные потоки всегда адресно специфичны, а значит, нельзя говорить о существовании некой единой репрезентации информации в едином мировом пространстве.

В метафизическом плане субъект глобального сетевого общества предельно валентен, а следовательно уязвим для воздействия дестабилизирующих его положение факторов. В этой связи актуально понимание постсовременного субъекта немецким теоретиком Н.Больцем, этот субъект "не знает ничего, что он хотел бы знать" [3, с.22] по той причине, что в том числе "наблюдает не событие, а наблюдение" [3, 22] и кроме того, реальность одновременности большого количества потоков информации разрушает устойчивое равновесие жизненного мира, где невозможно ориентироваться на вертикальную иерархию как гносеологического, так и аксиологического порядка.

Понятие образованности, грамотности в самом широком смысле является основой для формирования социальных навыков и возможности доступа к культурным кодам. На современном этапе развития способов кодирования информации важное значение приобретает умение кодировать и

декодировать информацию. Происходит эволюция в понимании медиаграмотности от знания о различных видах медиа, до понимания ее как определенного типа критического мышления.

С появлением нового типа медиа, который получил название коммуникативного, человек освободился от такой формы насилия как сидение [4, с.109], то есть принуждение человека оставаться в состоянии покоя перед экраном кинотеатра или телевизора - появилась активная форма восприятия информации. Однако в условиях изменившейся медиареальности возникает ментальная иллюзия независимости перед информационными абьюзерами. Подобная ситуация не позволяет им осознавать неустранимое информационное неравенство, которое неизбежно порождает замаскированные формы манипуляций и часто реализуется в логике репрессивного дискурса.

Тот факт, что человек, оказавшийся включенным в качестве элемента в информационное поле, испытывая манипулятивное воздействие как со стороны медиаэлиты, так и со стороны самих медиа, оказывается средством воспроизведения в культуре глобального мира тех цивилизационных эффектов, которые не допускают развитие новой оптики социально-культурного видения, предполагающей отсутствие каких-либо препятствий на пути получения подлинной информации.

В сфере образования практически всех стран, где оно теоретически разрабатывается идут реформы, которые подчинены логике развития у обучающихся "навыков XXI века", представляющих собой некие универсальные способности, имеющие проективную природу. Как написал в своем блоге Андреас Шлейхер, директор по вопросам образования и навыков и специальный советник по вопросам политики в области образования Генерального секретаря Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР): "Сегодня, из-за быстрого экономического и социального изменения, школы должны подготовить учеников к работе, которая еще не

была создана, технологиям, которые еще не были изобретены и проблемам, которые мы пока не знаем, когда возникнут"(пер. автор.) [5].

Американские реформаторы образования Т.Даффи и Д.Йонассен [6] акцентируют внимание на увеличении объемов информации, которая продуцируется человечеством и на появлении новых технологий, представляющих иной тип возможности получения информации, что обуславливает необходимость разработки новых учебных стандартов. Ценностный акцент смещается с такого параметра классической парадигмы как запоминание информации на овладение инструментарием для решения практических задач.

В США развитие дигитального аспекта образования закреплено на уровне национального приоритета, благодаря тому, что он инкорпорирован как часть плана по разрешению глобальных цивилизационных задач. Например, решение экологического кризиса, в этом случае дигитализация процесса образования помогает сократить потребление природных ресурсов (древесины, нефти и др.), сокращает количество перемещений учащихся из отдаленных регионов для выполнения заданий, сдачи экзаменов, благодаря тому, что многие моменты обучения переведены в online-практику.

Современные реформы образования в России должны учитывать реальное развитие цифровой среды, когда соотношение межличностных связей возникающих вне дигитального пространства значительно ниже, чем в Сети. В этом плане следует говорить, что медиаобразование сегодня фактически должно быть отнесено к корпусу этического знания. На наш взгляд, одной из главных задач на данном этапе является разработка методологии по коррекции субъектных позиций, которыми сегодня нагружены как обучающиеся, так и преподаватели. Подобная методология направлена на формирование навыков рефлексивной работы в цифровой коммуникативной среде, стимулирование гносеологических открытий, которые должны являться результатом совместной работы обучающихся и

преподавателей. В любом случае границы изучения медиа будут продолжать претерпевать значительные трансформации.

Литература

1. Уткин, А. И. Глобализация : процесс и осмысление. – М. : Логос, 2001. – 254 с.
2. Кастельс, М. Власть коммуникации: учеб. пособие / Пер. с англ. Н.М. Тылевич (под науч. ред. А.И. Черных) – М.: ГУ ВШЭ, 2016.– 564 с.
3. Сивков, Д.Ю. Медиа и метафизика // Медиафилософия II. Границы дисциплины / Под ред. В. В. Савчука, М. А. Степанова. СПб.: Санкт-Петербургское Философское общество, 2009. — С. 16 - 25.
4. Савчук, В.В. Медиафилософия. Приступ реальности/ В.В.Савчук. - СПб.: Издательство РХГА, 2014. - 350 с.
5. Schleicher, A. (2016). The case for 21st-century learning. Organization for Economic Co-operation and Development. Retrieved Sept 7, 2015, from <http://www.oecd.org/general/thecasefor21st-centurylearning.htm>
6. Duffy, T., & Jonassen, D. (1992). Constructivism and the technology of instruction: A conversation. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates

1.5. Рефлексия медийного: дискурсы медиаграмотности

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 индивидуального, 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 неререфлексируемое нечто, что возникает после модерна и раскрывается через противопоставление модерновому. Конечно, постмодерн являет 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 российскому 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 необходим 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 массированного воздействия на людей через различные медиаканалы закрепил за СМИ статус манипулятора. 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 медиареальность 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.

Литература

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 абсолют, 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., Чельшева 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.

1.6. Принцип заслуженной случайности как основание цифровой когнитивной активности

Сфера социально-гуманитарного знания сегодня переживает определенный кризис перестроечного процесса. Тотальность процесса цифровизации современной жизни делает очевидной необходимость

овладения человеком разного рода девайсами, что одновременно выступает в качестве современной антропологической практики овладения самим собой. Мы обратимся в этой связи к рассмотрению изменений, которые претерпевает познавательное отношение человека к миру.

Современное цифровое пространство оказалось *terra incognita*, к освоению которой должен устремиться каждый современный человек. При этом нельзя не отметить, что сегодня практически все научные области, так или иначе, пытаются систематически сопоставить человека и цифровой континуум, которому необходимо соответствовать.

Для познавательных практик доцифрового этапа было характерно наличие парадигмы, определяющей необходимость интеллектуального взаимодействия, направленного на достижение истинного знания. Основанием этой парадигмы являлась потребность во взаимодействии, когда каждый человек, преследуя свои личные интересы, должен был продуцировать социальные связи для достижения собственных когнитивных целей; эта взаимообусловленность обеспечивала непрерывающееся движение к обобществлению истинного знания. Безусловно, в основе нововременного прогресса рациональности можно обнаружить марксистскую идею, что сознание присутствует в познании, но не определяет его.

Здесь частная исследовательская заинтересованность не являлась доминантой и соответственно предметом рефлексии, поэтому для модерна была свойственна определенная когнитивная транспарентность, когда свободный обмен знаниями был естественен, в том числе и для знания с символической социальной стоимостью, под которым в данном контексте мы понимаем социально-гуманитарное знание.

Следует отметить, что облик гносеологического субъекта, рефлексизирующего и продуцирующего новые смыслы, и как следствие, задающего всеобщие гуманитарные векторы, также претерпевает значительные изменения.

На сегодняшний день можно говорить о конвергентном типе культуры, когда определяющее влияние на, познавательный поиск, оказывает цифровое пространство и его многочисленные акторы. Потоки контента проходят через преломления нескольких медиа-агрегаторов или платформ, которые вносят контекстные изменения. цикл движения контента представляет собой над-технологический феномен, когда акторы цифровых взаимодействий определяют себя через обнаружение раздробленного, опосредованного чужим мнением, переосмысленного семантического ядра.

Нельзя не отметить, что в отличие от старомедийных форматов взаимодействий, цифровая действительность обнуляет институции просветителя и массового зрителя. Можно говорить о ситуации, когда все сетевые акторы работают над решением одной проблемы – обеспечение результативности поиска, которая зависит от индивидуального понимания определенных правил цифровых систем. Если на заре формирования медиаиндустрии субъекты интуитивно объединялись в «медиа-корпорации», то на сегодня становится очевидной смена парадигмы, когда микроинфлюенсеры из различных областей деятельности оказались способными формировать локальности единомышленников. Нишевые цифровые каналы становятся разрушителями государственных СМИ и медиа-корпораций любого типа.

Вслед за этим мы можем сделать предположение, что цифровые агенты разрушают феномен массовой культуры не только в понимании культуры большинства, но и как возможность когнитивного поиска на равных основаниях как такового. процессы усложнения технологий, роста персонификации доставки контента ведут к дальнейшим трансформациям цифрового пространства. Историк Л.Гительман предлагает двухуровневую модель медиа: на первом уровне (базисе) – технология, которая позволяет взаимодействовать, на втором – среда с набором протоколов, которые следуют из той или иной технологии [1].

Истоки медиаэкологии исходят из работ канадского медиа-теоретика М.Маклюэна, хотя само понятие ввел в гуманитарный дискурс американский исследователь Н.Постман только в 1968 году [2, p.414]. Медиаэкология получает развитие в рамках кибернетики и в работах, исследующих проблемы философии техники. Трудно не согласиться с тем, что цифровые технологии доставки информации, равно как и печатный станок И.Гутенберга, повлияли на ход истории, трансформировали восприятие окружающей действительности и соответственно, изменили приоритеты в познавательном процессе.

В свою очередь медиаэкология, как междисциплинарная теория, оказывается направлена на установление ясности в понимании факторов, которые определяют тип когнитивных практик в условиях цифрового континуума. Таким образом, можно сделать вывод, что актуальная практика познавательного процесса, равно как и отношения между людьми, опосредованы новыми технологиями, которые, однако, по мнению некоторых исследователей, не добавляют новые смыслы, но изменяют то, как люди действуют в мире [3].

В своей статье «Интеллигент, интеллектуал, культурал» [4] российский исследователь В.В.Савчук пишет о возникновении нового типа актора, который является выразителем духа времени. По мнению автора, это культурал, то есть субъект, который в отличие от фигур прошлых эпох, таких как интеллигент и интеллектуал, желает обрести власть над умами масс и завоевать популярность любыми средствами. Этот новый тип актора сопоставим с масс-медиальным шаманом (Ж.Бодрийяр) и медиасубъектом (В.А.Подорога). Это тот, кто хочет завладеть всеми проявлениями медиа: радио-, телеэфирами и так далее; кто фактически возрождает роль условного кортеджано (итал. придворный) – универсального придворного, который несмотря на всесторонность своего развития, по определению, является только зеркалом для своего господина.

XXI век можно обозначить как начало периода, для которого характерно возрастание озабоченности философского сообщества этическим обликом субъекта, ответственного за цифровое интеллектуальное производство. Гносеология, развиваясь в некотором отдалении от всякого рода этических кризисов прочих философских областей, получила серьезный вызов в тот момент, когда стало очевидным, что сетевое пространство порождает такой феномен как Filter bubble («пузырь фильтра»).

Кажущаяся незыблемой гносеологическая установка о субъектной рефлексивности перестает обнаруживать свое подтверждение в цифровом интеллектуальном контексте. человек отвергает представление о себе как автономной познающей единице, способной к продуктивной деятельности – вместо этого он возлагает практически все обязательства вычислительной, ориентационной, контролирующей деятельности на свой девайс. Согласно мнению российского исследователя в области нейролингвистики Т.В.черниговской: «Хранилище информации становится все более и более сложным: все эти облака, в которых висят наши данные, видеотеки, кинотеки, библиотеки, музеи растут каждую секунду. что с этим делать, никто не знает, потому что эту информацию невозможно переработать. Количество статей, связанных с мозгом, превышает 10 миллионов — их просто нельзя прочесть. Каждый день штук десять выходит. Ну, и что мне делать теперь с этим? Доступ к этим хранилищам становится все более сложным и дорогим. Доступ — это не читательский билет в библиотеку, а образование, которое человеку дают, и представление о том, как эту информацию добыть и что с ней сделать» [5].

Сетевой пользователь отвергает необходимость борьбы с идолами, о которых писал Ф.Бэкон – он самостоятельно определяет для себя цифрового гуру, блогера, за которым начинает следовать на пространстве различных приложений и сайтов. Как отмечает российская исследовательница Кульминская А.В.: «Исходя из своих потребностей и учитывая прошлый опыт, блогер формирует определенные и достаточно устойчивые диспозиции к восприятию различных ситуаций и способу реакции на них» [6].

Наиболее ярким можно назвать радикальное переосмысление познавательного отношения человека к окружающему миру, когда инициатива как предпосылка когнитивного поиска перестает функционировать в цифровом пространстве нечелoveкоразмерных объемов новой, устаревшей и фейк-информации. На смену критико-рефлексивной познавательной установке приходит подход, который можно обозначить как принцип заслуженной случайности. познающий субъект перекладывает ответственность за достижение истины и процесс верификации знания на преимущественно на предшествующий когнитивный опыт, становясь заложником сформированных прежде алгоритмов, которые серьезным образом определяют те результаты, которые он может получить. Детерминированность поисковых запросов формирует вокруг пользователя очередной «пузырь», который блокирует его способность распознавать детерминированность той информации, которая предлагается ему в результате поискового запроса. его познавательный опыт приобретает характер некоего таинства, пребывая в котором, познающий постепенно утрачивает атрибуты субъектности, поскольку его когнитивные практики всё чаще и чаще направляются разнообразными акторами цифрового пространства. В этой связи Н. постман отмечает, что «технология как фаустовский демон: она что-то дает, но что-то отбирает»[7]. Таким образом, нам кажется закономерным предположить, что познающего субъекта цифрового пространства можно обозначить как послушника, который всё дальше отстоит от обнаружения истины

Литература

1. Gitelman L. Always already new: Media, history and the data of culture. MIT Press, 2006. 224 p.
2. Anderson, C. W. News ecosystems // The SAGE handbook of digital journalism / Ed. by C. Anderson, T. Witschge, D. Domingo, & A. Hermida. Sage, 2016. P.410-424.

3. Scolari C. A. Media ecology: Exploring the metaphor to expand the theory //Communication theory. 2012. Vol. 22. No. 2. P.204-225.
4. Савчук В. В. Интеллигент. Интеллектуал. Культурал //Мастер и профессионал: история и современность. – 2009. – С. 211-222.
5. Гусарова, Ю. Татьяна черниговская: «За существование гениев человечество платит огромную цену» [Электронный ресурс] / Ю. Гусарова. – URL: <https://snob.ru/selected/entry/99460?preview=print> (дата обращения 28.12.2019)
6. Кульминская А.В. Блогеры: изучение пользователей Интернет при помощи теории личности В.А. Ядова // Материалы Международной конференции «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования». ч. 1. Екатеринбург: УрГУ, 2011. - С. 131-136.
7. Postman N. Five things we need to know about technological change. Retrieved December 1 (1998): 2003. [Электронный ресурс] / N.Postman - URL: <https://web.cs.ucdavis.edu/~rogaway/classes/188/materials/postman.pdf> (дата обращения 28.12.2019)

1.7. Пользовательская субъектность в условиях новомедийной реальности: проблема медиаобразования

Вхождение медиа практически во все сферы повседневной жизни современного человека знаменует собой утрату человеком возможности пребывать в ситуацию выбора состояния подключенности, то есть мы ограничены тем, что находимся в ситуации императива - выбирать информационные каналы. На примере советского телевидения, мы видим, что медиапотребитель еще каких-то пятьдесят лет назад имел возможность отдыхать от медиаконтента. Трансляция передач начиналась во второй половине дня и заканчивалась в полночь. Безусловно, с позиции современного СМИ, в том числе телевидения такая модель взаимодействия со зрителем является коммерчески непродуктивной. Действительно, на смену

непродолжительному медиадню приходит схожая с сансарическим колесом цикличность, когда перед зрителем одно телешоу плавно перетекает в другое. Зрителю подсказывают, что переключать на другой канал не следует, так как можно не успеть переключиться обратно и по этой причине не увидеть интересный сюжет, развитие событий.

Пользователь аналоговых медиа это всегда тот, кто подчинен логике вещания, а значит подвержен определенной дисциплинарной практике - физической фиксированности перед экраном. "Телевизионная картинка..это расширение прикосновения"[1].

Реципиент коммуникативных типов медиа, какими являются социальные сети, в отличие от пассивного типа реципиента, к которому можно отнести телезрителя, оказывается один на один с неограниченностью информационного ресурса. Постоянная подключенность данного пользователя к Сети является попыткой удалить постоянно нарастающий информационный голод, побочным результатом которой становится контентный перегруз.

Президент Ассоциации медиапедагогике России А.В.Федоров в "Словаре терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности" указывает, что адресатом медиаобразования является каждая группа населения [2, с. 7]. Однако мы считаем принципиально необходимым, в качестве первой проблемы медиаобразования обозначить вопрос о формах субъектности, в соответствии с которыми должны быть определены стандарты медиаобразовательной программы.

Если мы действительно хотим вести диалог с современным адресатом медиаобразования с целью углубления его медиаподготовки, то в первую очередь мы должны обратиться к собственному опыту. Мы являемся современниками трех поколений медиа-пользователей. Первое - те, для кого взаимодействию с новыми медиа предшествовал период опыта контакта только с аналоговыми формами медиа. Второе поколение современных

пользователей характеризует смешанный тип пользования традиционными и новыми медиа. К представителям третьего поколения относятся те, кто был рожден уже в новомедийную (цифровую) культурную среду. Каждый из нас может определить себя в качестве пользователя-1, пользователя-2 и пользователя-3 соответственно. Необходимо определить, в чем заключается медиаобразовательный запрос каждой из этих групп.

Пользователь-1 это атомарная единица молчаливого большинства. Эта жертва того типа насилия, которое было открыто в конце XX века и получило название "седирование" [3, с.109], когда механизм медиа заставляет своего потребителя быть в одном месте и в одном положении - сидеть напротив экрана, сохраняя неподвижность в течение долгого времени. Потребитель на физическом уровне ощущает неорганичность такого покоя, но его противостояние выражается только в именовании такого медиа-носителя как телевизор - "зомби-ящиком".

Экранные медиа выступают первыми по силе своего эффекта в качестве агента современной идеологии - идеологии непротивления. Понимание необходимости какой-либо конкретной информации снимается, потребитель, который был воспитан в логике седирования, не уверен в необходимости вести самостоятельный информационный поиск, навигация вне пределов телесети ему представляется опасной.

Пользователь-2 это активный потребитель цифровых медиа. Это иной тип потребления как такового. Пользователь-2 - это прежде всего тот, кто сам участвует в производстве контента. В работе, посвященный проблеме изменения статуса приватности итальянский философ У.Эко пишет: "Посещая домашние странички, обнаруживаешь, что целью множества людей является обнаружение своей малоинтересной нормальности или, хуже того, малоинтересной ненормальности" [4, с.163]. Установление основополагающей роли знания, которое предсказывал нашей эпохе Д.Белл, оказалось не столь однозначным. Плюрализм присутствия пользователя в Сети, легкость выстраивания коммуникации дало в качестве побочного

эффекта высвобождение интеллектуального, в некоторой степени шизоидального коммуникативного экстаза. Актуализация шизотенденции возникла в первую очередь благодаря возможности быть анонимным и архитектурной простоте организации социальных сетей. Пользователь-2 не задумывается о присутствии цифрового кода, он дан ему через интерфейс, который представляет собой такой же феномен общества потребления как и ситуации, когда покупателем манипулируют, выставляя на уровень глаз самые дорогие продукты из ассортимента. Расположение плашек, кликабельность ссылок предельно антропо-дружелюбны. Показательным является и тот факт, что процедура регистрации на любой интернет площадке происходит практически моментально, такая легкость по мнению российской исследовательницы М.А.Корецкой приводит к тому, что пользователь "...отнюдь не пробуждается от потребительского сна, чтобы вернуть себе достоинство активной субъектной позиции, а просто меняет пассивную стратегию потребления на активную"[5].

Пользователь-2 следует за предлагаемой простотой новых медиа, получает привилегированную, в сравнении с пользователем-1 коммуникативную позицию - он обладает несравнимо большим объемом связей и способен увеличивать их количество каждый раз, когда ему это будет представляться необходимым. Знание сетевого этикета и сетевого языка оказывается гораздо важнее знания языков программирования и осваивается, как и сетевая навигация, интуитивным путем. Данный тип пользователя подчинен доступности медиареальности, однако пользователь- 2 является потребителем как контента старых медиа, так и новых, с той разницей, что помимо постоянного увеличения объемов информации, которое испытывает пользователь-1, пользователь-2 сталкивается с увеличением количества самих медиаканалов. В итоге активное потребление начинает угасать в канализирующем феномене как "repost". В переводе с английского языка это понятие означает повторную запись, дублирование размещенного в Сети текстового, визуального и др. материала. Отражая постоянный контентный

напор репостом пользователь-2 получает иллюзию того, что он не является конечным звеном информационных потоков. Он такой же медиум, который активно передает информацию, тем самым противопоставляя себя пользователю-1, который обладает меньшей возможностью делиться тем, что получил через телевизионные каналы, так как у него нет возможности моментальной ретрансляции контента.

Пользователь-3 также как и пользователь-2 каждый день взаимодействует с новыми медиа. Однако его существенно отличает то, что его личная пространственно-временная организация целиком подчинена логике интернет-действия. Проиллюстрируем это на примере феномена "digital shower" [6] - который представляет собой выстраивание новой иерархии в последовательности каждодневных действий. Прежде чем человек идет совершать с утра гигиенические процедуры, он обращается к собственному гаджету, где проверяет новости в социальных сетях и новостных порталах, просматривает push-уведомления отмечает письма по важности в электронной почте, просматривает визуальные сети такие как Pinterest, Instagram и др. Иными словами, пользователь-3 оказывается захвачен тем феноменом, о котором писал французский философ Ги Дебор в своей работе "Общество спектакля": "Образы, которые отслаиваются от каждого аспекта жизни, сливаются в одном непрерывном движении, в котором единство этой жизни уже не может быть восстановлено. Реальность, рассматриваемая по частям, разворачивается в своем обобщенном единстве в качестве особого псевдомира, подлежащего только созерцанию. Специализация образов мира оказывается завершенной в ставшем автономным мире образов, где обманщик лжет себе самому. Спектакль вообще, как конкретная инверсия жизни, есть автономное движение неживого"[7, с.23].

Все сферы жизни пользователя-3, как уже отмечалось выше, оказались переподчинены Сети. Для тех, кто был рожден в эру новых медиа, невозможно мышление офлайн, благодаря карманным, портативным гаджетам, человек

находится в непрерывном информационном контакте. Даже когда человек занимается собственным здоровьем, совершая пробежку, а его смартфон или фитнес-браслет уже синхронизирует его результат с результатом его друзей из Facebook, или расплачивается придя в кафе быстрого питания или совершает покупку на аукционе "Сотбис".

Пользователь-3 - это прежде всего инвалидный субъект, который обладал патологией от рождения. Антропогенез споткнулся о самого себя, породив Homo Digital, то есть того, кто может существовать только в искусственной среде новых медиа, однако сам к этому совершенно не приспособлен как биологический вид. Ему необходима протетическая комплектация, "протезы— устройства, предназначенные для возмещения или восполнения косметических и функциональных дефектов различных органов и частей тела, возникших в результате травмы, заболевания или порока развития"[8]. Однако какова роль этих протезов? Отвечая на поставленный вопрос справедливой кажется идея, что эти протезы, эти гаджеты - единственное, что способно уменьшить разрыв между человеческим как таковым и требованиями дигитального. Иными словами, гаджетное протезирование есть добавление к телесности человека того функционала, который необходим для его социализации в современном обществе.

Гаджет есть новый орган, который открывает перед человеком пространство Интернета как продолжение реальности. Изменяется сама оптика восприятия естественного, то есть медиаверсия реальности понимается как сама реальность, что чревато некритическим ее восприятием и как отмечает российский медиафилософ В.В.Савчук "Мыслить о медиа - значит мыслить против медиа, против режима актуальности и идеологии общества потребления"[9]. Подытоживая, следует еще раз акцентировать внимание на том, что пользователь-3 это прежде всего тип того пользователя, мышление которого организовано в соответствии с порядком новой среды, при этом он не склонен разделять реальную и виртуальную событийность.

Если мы обратимся к классическому пониманию медиаобразовательной деятельности, то обнаружим, что ее главный теоретик британский медиапедагог Л.Мастерман полагал необходимым условием данного типа обучения постоянную коррекцию самих занятий, которая должна основываться на диалоге с обучающимися [10, с. 19].

Медиаобразование в подлинном смысле есть образование, где отсутствуют любые манипулятивные технологии. Это согласуется и с определением, приведенным в Российской педагогической энциклопедии, медиаобразование является направлением в педагогике, которое выступает за изучение "закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т.д.) Основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств" [11, с.555].

В энциклопедии International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences приводится определение, согласно которому необходимо различать медиаобразование как изучение медиа и образование, с помощью медиа как инструмента. Также подчеркивается важность когнитивной оценки и аналитической интерпретации медиа-контента [12, с. 9494-9495].

Российский педагог А.В. Федоров понимает под основной целью медиаобразования медиаграмотность, которую он определяет как "умение анализировать и синтезировать пространственно–временную реальность, "читать" [...] медиатекст"[2, с. 16].

Можно сделать предположение, что медиаобразование представляет собой неформализованный феномен, где каждое образовательное учреждение может определять свою учебную программу. Однако насколько медиаобразование может быть востребовано пользователями всех трех типов, которые вряд ли осознают его необходимость? Ситуация кризиса оказывается

изначально заложенной в попытке институционально оформленного обучения взаимодействию с медиа, в том числе и потому, что каждый раз необходимо определять, что подразумевается под новыми медиа в настоящий момент. Минимальная медиаграмотность для пользователя-1 имеет прежде всего техно-практический характер, то есть освоение гаджетов как инструментов для установления коммуникации и поиска информации и определения границ безопасного присутствия. Следовательно основным медиаобразовательным микрокосмом для данного типа пользователей будут являться всевозможные кружки, курсы по обучению навыкам работы с поисковыми системами. Для пользователя-2 медиаобразование будет представлено в виде визуальных или тестовых консультаций по текущим трендам в той или иной области сетевого трафика. Перед пользователем-3 не будет возникать вопрос о необходимости специального повышения собственной медиаграмотности, так как он органично следует за расширяющимся собственным сетевым присутствием. Именно поэтому говорить о существовании специального потребительского запроса не представляется возможным.

Мы считаем, что доминантой медиаобразовательной работы должна являться логика корреляции социально-культурных феноменов реальности и медиасреды, при том условии, что медиаобразование не статuarно, а открыто для методологических апробаций. Потребительский запрос, который может возникать от конкретного пользователя будет преимущественно прикладного характера, что не позволяет маркировать источник его удовлетворения как медиаобразовательный в подлинном смысле.

Литература

1. Митчелл, У. Визуальных медиа не существует / У. Митчелл // Медиа: между магией и технологией / Под ред. Н. Сосна, К. Федоровой. – М.; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2014. – С. 128–143.

2. Федоров, А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / А. В. Федоров. – Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. – 64 с.
3. Савчук, В.В. Медиафилософия. Приступ реальности/ В.В.Савчук. - СПб.: Издательство РХГА, 2014. - 350 с.
4. Эко, У. Полный назад! «Горячие войны» и популизм в СМИ / Умберто Эко; [пер. с ит. Е. Костюкович]. – М.: Эксмо, 2007. – 592 с.
5. Корецкая, М.А. Коммуникативный апейрон: неопределенность как характеристика интернет-сообществ/ М.А.Корецкая// Неопределенность как вызов. Медиа. Антропология. Эстетика: Колл. моногр. / Ред.: К. Вульф, В. В. Савчук. – СПб.: Издательство РХГА, 2013. – С. 179–194.
6. SOASTE Inc. SOASTA Survey (2013): What App Do You Check First in the Morning? Press Release. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.soasta.de/press-releases/soasta-survey-what-app-do-you-check-first-in-the-morning/> (дата обращения: 13.01.2017)
7. Дебор, Г. Общество спектакля / Ги Дебор; [пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович]. – М.: Логос, 1999. – 224 с.
8. Большая медицинская энциклопедия [Электронный ресурс] / Под ред. Б.В. Петровского. Режим доступа: <http://xn--90aw5c.xn--c1avg/index.php/%D0%9F%D0%A0%D0%9E%D0%A2%D0%95%D0%97%D0%AB> (дата обращения: 13.01.2017).
9. Савчук, В.В. Новые медиа – новые формы насилия/ В.В.Савчук // Неопределенность как вызов. Медиа. Антропология. Эстетика: Колл. моногр. / Ред.: К. Вульф, В. В. Савчук. – СПб.: Издательство РХГА, 2013. – С. 223–236.
10. Masterman, L. (1985). Teaching the Media. London: Comedia Publishing Group, 341 p.
11. Медиаобразование // Российская педагогическая энциклопедия. Т.1/ Гл. ред. В.В. Давыдов. - М.: Большая российская энциклопедия, 1993. –608 с.

12. Dorr, A. (2001) Media Literacy. In: International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Vol. 14 / Eds.N.J.Smelser & P.B.Baltes. Oxford, 2001, pp.9494-9495.

1.8. Партиципация и проблема субъектогенеза в медиа-ситуации

Характерной чертой современной стадии гуманитарной науки является обращение к проблеме со-бытия внутри медиа-ситуации. Интерес к данной теме не случаен: за огромным количеством работ, в которых исследуются основные вопросы медиатеории стоит их актуальность не только для общественного измерения, но и для личностного. Так как в реальности проблема "медийного" может быть определена только через решение хронопического вопроса о собственной будущности: как мне быть дальше, чтобы быть?

А.Рено в работе "Эра индивида. К истории субъективности" [4] анализирует процесс углубления атомизации индивида, который в ходе истории сопровождается прямо пропорциональным ростом чувства безразличия к другим людям. Автор рассматривает концепции мыслителей с целью проследить генезис данного явления. Открытие эры монадологии "Монадологией" Лейбница приурочивается автором к основному повороту в истории мысли. Согласно позиции А.Рено, монады представляют собой абсолютную единственность. Это означает, что каждое существо представляет собой совершенно уникальный и совершенно отличный от остальных феномен. А.Рено отмечает, что лейбницевское понимание реальности представляется в качестве индивидуальности, раскрывающейся одновременно и в смысле неделимости и простоты, и в смысле нередуцируемости. Онтологический индивидуализм Лейбница, как отмечает А.Рено, предполагает индивидуальность как совершенную независимость монады от всех прочих творений. Для истории субъективности концепция независимости субстанций друг от друга обозначило важнейшее изменение: "[...] на смену

связи с общественностью и согласием (consensus) в отношении разделяемых норм приходит раскол на общественное и частное со всей той ценностью личного счастья и соответствующим отчуждением от общественного пространства..". [4, с. 70] Это изменение, согласно А.Рено, привело в конечном итоге к появлению иллюзорных форм субъекта, чей статус автономии значительно принижается и становится синонимичным понятию изоляции. В рамках философии XX века, в связи с проблемой отчуждения получает осмысление возможность диалога. Диалогический принцип мышления должен был стать альтернативой "субъект-объектной" дихотомии восприятия мира, избавить от отчуждения, однако само отчуждение необходимо оказывается условием начала всякого диалога и его существования, поэтому оказывается неустранимо.

Современный период социальной напряженности, которая переживается всеми участниками общественных отношений в связи с поиском механизма, посредством которого будет восстановлено единство мира (реальности и виртуальности), имеет особое социально-философское значение. Мы можем в качестве его общей скобки назвать баумановскую "краткосрочную ментальность"[2], то есть такую ситуацию, когда индивид может существовать внутри социума только с условием постоянных перевоплощений самоидентификации, которые работают на отчуждение человека от самого себя. Проблемы, которые в расширительном смысле могут быть обозначены как следствия тотального опосредования социального - медийным, порождают гносеологическую проблематику, актуализируемую посредством определения оптики, позволяющей изучать медиа.

Плодотворная постановка проблемы медиа в теоретическом плане возможна в ракурсе исследований диалектики субъектного и "юзерского" действия. Поведение субъекта - основанная на мышлении в понятиях деятельность, квинтэссенция которой выражается понятием "целеполагание". Специфическая характеристика "юзерского" акта состоит в следующем: он и подчиняется медиа-мифологии и следует главному ее закону - партиципации.

Автор закона партиципации Л.Леви-Брюль использует его для описания мировосприятия и поведенческих форм первобытного человека. Партиципация (сопричастность) в данной теории подчеркивает мистический характер экзистенциального природнения.

Знаменитый пример Л.Леви-Брюля о племени бороро, члены которого считали себя красными попугаями араара [2, с. 63] демонстрирует нам иную версию доступа к реальности. Однако может ли партиципация выступать в качестве универсального объяснения в споре о конституировании представлений о медиа? Следует оговориться, что в данной статье мы не будем обращаться к концепциям представителей объективно ориентированной онтологии, нас все еще беспокоит связка человек - мир, которую мы актуализируем в виде дуальности человек - медиа. Но в то же время, мы ориентируемся на "продукционистский"[3, с. 3] курс открытия новых разрывов в мире, согласно которому редукционное объяснение сложных явлений оказывается невозможным.

Представителям поколений, которые не были рождены в среде информационной перегрузки, представляется, что дети и молодежь - суть "цифровые аборигены", которым бессмысленно предлагать свою помощь, так как навыки пользования компьютерными программами, играми и сетевым "серфом" у каждого нового поколения все более приближаются к актам приспособления организма очень близким по типу к безусловным рефлексам. При этом те, кто полностью погружен в сетевую парадигму находится в ситуации дисфункции выбора. Может ли современный человек отключить телефон или не завести профиль в социальной сети? Для медиа-поколения, которое растет и формируется в мире капиталистического реализма, способность выбирать атрофируется. Внезапно лишаясь одного из средств связи человек в век информации не сможет предстать в качестве некоторой новой версии Робинзона, потому что угроза утонуть в информационном переизбытке была компенсирована разнообразными гаджетными протезами, что и привело к тому, что он не помнит настоящие имена друзей, не сможет по

памяти воспроизвести номера телефонов родителей и др. Сделать поисковый запрос самому себе - это сегодня современная форма шизофрении для пользователя Сети.

Когда завершается активность (к которой отнесем и всякое интерпассивное участие) в Сети, то тогда обнаруживается, что "юзер" является существующим, то есть тем, кто находится в реальности. Но очевидность различения этого "между" и является основной проблемой нашего узуса. Проиллюстрировать таинство момента перехода можно на примере двойственных изображений, используемых в гельштат-терапии, когда совершается переход от восприятия "девушки у зеркала" к "черепу". Это движение схватывания, эти метафорические качели, по сути, есть определение онтологической привычки современного субъекта. Место безволия мысли, когда будучи физически совершенно укорененным здесь, одновременно являюсь и условным красным попугаем араара. Проблема будущности представлена, в связи с такой репрезентацией внешней реальности, через необходимость понимания как "на самом деле".

Повышение ценности реального объективного знания о медиа стало реакцией на вызванные ими воздействия. Значение форм представленности медиа для жизни общества, связи идей и реализаций, функционирование PR-законов требует единства теории. Рассмотрение аспектов взаимосвязи человека и его образа пребывания в медиа-потоках является реформирующим культурную парадигму элементом. Понятие "юзер" в социально-философском аспекте подразумевает под собой такое переподчинение своего "биологического" под "медийное", при котором человек попадает в зависимость от увеличения пространства своего присутствия в информационных потоках, в результате чего ощущает все нарастающее сжатие времени. Невозможность волевого усилия для отсоединения от Сети компенсируется отсоединением человека от сознания. Медиа-тирания причиняет людям тот вид страдания, который представляет собой комплекс неудовлетворенности и вины, который в действительности вынуждает

подводить собственную уникальность под определенную универсализацию, чтобы как можно в большем количестве точек находить сходство с другими людьми. Здесь наиболее наглядным примером является тотальное увлечение молодежи экспериментами с собственной представленностью для других (профилями в социальных сетях, одеждой, косметикой, татуировками и др.) как попыткой зафиксировать, присвоить собственную уникальность, однако эти сферы оказываются подчинены логике капиталистического производства и вместо статуса субъектов, которые совершают выбор, поколение молодых людей оказываются лишь объектами воздействия той или иной индустрии, а значит, низводятся до обезличенной категории потребителя.

Исходя из вышесказанного мы можем сделать вывод, что внутри современной культурной ситуации отсутствует механизм освоения совокупности фильтров, которые бы позволили противостоять влиянию информационной перегрузки и т.д. Иначе говоря, существующая кино-критика, книго-критика, Интернет-критика, а также гаджет-критика не предполагает учета интересов их потребителей как свободомыслящих субъектов, а подчиняется лишь законам рынка.

С процессом формирования нового типа мышления, которое невозможно само по себе без поддержки медиа-мифологией в мире связано второе рождение понятия "партиципация". Этот термин, относящийся к описанию прелогической формы мышления, для описания медиа-ситуации может трактоваться как отрицание существования перехода из "медиа" в "реальное" и наоборот. Характерными чертами данного отрицания могут быть названы кризис личностного выбора, стремление преодолеть физиологическое устройство собственного организма, неадекватный перенос поведенческих стратегий и др.

Возможно ли с помощью гносеологической оптики исследовать медиа или же деидеологизировать их мифологию невозможно? Действительно, любые попытки рефлексии субъекта в ситуации медиа сводятся к психоанализу каждой отдельной личности, а требование реализма как

отсутствие изначальной теоретической позиции представляется невыполнимым.

Литература

1. Harman G. *Weird Realism: Lovecraft and Philosophy*, Winchester, UK, Washington, Zero Books, 2012.
2. Бауман З. *Индивидуализированное общество*. / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Логос, 2005. – 390 с.
3. Леви-Брюль, Л. *Сверхъестественное в первобытном мышлении*. — М.: Педагогика-Пресс, 1994. — 608 с. — (Серия: «Психология: Классические труды»).
4. Рено А. *Эра индивида. К истории субъективности*. – СПб, Издательство: Владимир Даль. 2002. – 471 с.

1.9. Гипертекстуальность как феномен сетевой культуры

Ссылка (скачок-перемещение в тексте) - одно из важнейших понятий современного сетевого дискурса, которому, на наш взгляд, уделяется недостаточное внимание как одному из феноменов, способных оказывать влияние на мировосприятие, поведение и коммуникацию современного субъекта. Многие исследователи, занимающиеся изучением нового формата представления текста употребляют понятие Т.Нельсона "гипертекст" для описания структуры современного текстового содержания Сети (см.напр.: А.Е. Войскунский, Л.А.Кочетова, Н.С.Ларионова). Однако по настоящее время отечественными исследователями еще не был по-настоящему поставлен вопрос о новом типе нелинейности текста, который возник с появлением сети Интернет. Общепринятая трактовка гипертекста как текста особого типа, который представляет собой набор обособленных сфер, связанных нелинейными отношениями, где "крайне важна соотносимость отдельных его частей друг с другом"[1] подразумевает, что гипертекст как возможность представления информации может быть воплощена посредством таких

материальных носителей как книги: справочники, энциклопедии и пр. Однако подобное представление ведет к фактическому отрицанию особых свойств электронного гипертекста, которые дали ряд уникальных сетевых эффектов. На примерах этих эффектов электронного гипертекста, в рамках данной статьи, мы будем развивать идею о том, что гипертекст был всегда, а гипертекстуальность актуализировалась относительно недавно в связи с развитием социальных сетей.

Наиболее ярким примером современного неэлектронного нелинейного текста является книга "S." авторства американского кинорежиссера Дж.Дж.Абрамса и писателя Д.Дорста. Это произведение в произведении, где помимо вымышленной истории, вымышленного автора, присутствуют два исследователя этого произведения, от которых читателю достаются материальные предметы (карты, схемы и пр.) Но говорить о выходе за пределы плоскости одного текста, который обладает своим порядком представления контента (в случае неэлектронного гипертекста) в полной мере невозможно. Переход к материалу на другой странице неэлектронной книги занимает значительно больше времени, чем перемещение в сетевом пространстве с помощью клика курсором на ссылку. Элементы гипертекста неэлектронного всегда предсказуемы - это текст, графическое изображение. В качестве самого нетипичного в ряду неэлектронных гипертекстов можно обозначить каталоги косметики, в которых потенциального покупателя отсылают непосредственно к "прочтению" аромата парфюма. Но этот прием характерен только для определенного типа каталогов, для читателей которых встретить отсылку к запаху не означает перехода к иной смысловой плоскости.

Текстовое творчество является одним из основных форм культурного бытия человека. Сегодня темпы и объемы нелинейных процессов, происходящих в обществе, обуславливают изменения в образе мышления людей и в характере транслируемой ими информации. Порождением информационной революции и медиального поворота явилось то, что все проявления культурного бытия становятся для человека опосредованными

сообщениями. В один момент оказалось, что "априори медиа выступает конкурентом априоризма языка" [2, с.37]. Парадоксально противоположную позицию концептуализирует известный итальянский мыслитель У.Эко: "Все стали телеграммными - пока не появился компьютер, снова перевернувший положение вещей: чтобы им пользоваться, нужно уметь читать, и очень быстро" [3, с.194]. Общим местом во всем многообразии современных исследований словотворчества является постулирование необходимости установить качественно новые требования к рефлексии текста, который, проводя аналогию с понятием американского медиамагната Т. О'Рейли "Web 2.0", условно можно обозначить как "текст 2.0", т.е. буквально текст с "открытым исходным кодом", текст, который можно бесконечно дописывать, подлинность которого обеспечивают люди, которые будут его читать и одновременно создавать свой собственный текст.

Нарратив открытых текстовых потоков оказывает влияние на организацию социальной интеракции. Рассмотрим в качестве примера текстовую практику в пространстве Сети, которая получила название "задница Интернета" - это страница <http://boards.4chan.org/b/>. Известный американский репортер М.Шварц определяет данный сайт следующим образом: "С точки зрения аморальности, замкнутости и посещаемости, культура /b/ практически беспрецедентна...читать /b/ - все равно что читать надписи на стене школьного туалета, или запись непристойного разговора по селекторной связи, или блог, где нет постов, а все комментарии пересыпаны сленгом, для которого вы слишком стары"[4, с.90]. Кроме того, следует отметить, что абсолютное большинство публикаций, которые размещают пользователи - анонимны, соответственно авторы текстового материала представлены как аноны, т.е. безымянные, анонимные, а общее авторство принадлежит собирательному Анонимусу. Именно данную площадку принято считать колыбелью культуры троллинга, т.е. такого типа поведения в Сети, когда основной целью является проведение разрушительной онлайн-дискуссии до достижения троллем "Lulz" ("радости от нарушения чьего-либо душевного равновесия"). Как

отмечает британская исследовательница У.Филлипс, анонимность и отсутствие эмпирических подтверждений офлайн-личностей данного типа пользователей делает фактически невозможным проведение социологических исследований. Изучение троллей может осуществляться только через их текстовое творчество, таким образом автор приходит к заключению, что "подавляющее большинство анонов идентифицируются как принадлежащие к среднему классу и проживающие в пригородах американцы" [4, с.91]; "возраст большинства постеров находится в диапазоне между 18 и 30 годами"; тролль обладает знаниями из области современных технологий и имеет достаточно свободного времени; поведение троллей свидетельствует об их принадлежности к белой расе; "тролли как минимум сознательно либо бессознательно демонстрируют "белость"; "царящий на /b/ дух, вне сомнений, андроцентричен" [4, с.93]. Возможность размещать агрессивный и даже противозаконный контент без негативных последствий для постеров, обуславливает огромный трафик посещений и его непрерывный прирост.

Следующей отличительной особенностью электронного гипертекста является пунктирная дискуссия. Под этим понятием в контексте данной статьи мы подразумеваем формат комментариев, которые оставляют пользователи под разного рода текстовыми, видео- и фото- постами в социальных сетях. В отличие от сообщений в чатах, комментарии, которые размещаются под стационарным постом остаются в сфере редактирования их авторов. Это обуславливает возникновение ситуаций, когда остальные участники дискуссии в комментариях обращаются к автору сообщения, но само высказывание уже отсутствует. Те, кто присоединяются к обсуждению оказываются вне его семантического центра, не имея возможности узнать полное содержание диалога или отдельных диалогов внутри него. Следует отметить, что у пользователей есть возможность делать скриншоты (снимки экрана) переписки, однако ввиду того, что невозможно спрогнозировать, что оппонент удалит свой комментарий - остальные участники не фиксируют

переписку. Однако существуют исключения, когда комментарии и содержание постов подвергается активному мониторингу. Это контент страниц видных политических деятелей, популярных блогеров и влогеров, представителей шоу-бизнеса и др. В остальных случаях пунктирная дискуссия выступает в качестве явления полярно противоположного тезису "рукописи не горят" из романа М.А. Булгакова "Мастер и Маргарита" - комментарии удаляются. Таким образом, можно высказать предположение, что возможность удаления комментариев оказывает отрицательное психологическое воздействие на пользователей, которые не успели их прочитать. Комментирование оказывается соревновательным актом, для тех, кто находился офлайн в момент размещения материала; становится практически невозможным прояснить предмет обсуждения и стать полноценным участником дискуссии.

Для рассмотрения следующей особенности электронного гипертекста, обратимся к примеру текстов тематических статей на популярных сайтах. Статьи в подавляющем большинстве случаев снабжены достаточным количеством визуального материала, который наряду с выделенными цветом и размером цитатами из текста зонировывает полотно статьи. Скроллинг (механизм непрерывной загрузки последующих страниц материала, по мере того, как пользователь прокручивает колесо компьютерной мыши до конца отображаемого на экране блока) сопровождается одновременным перемещением рекламных баннеров, не относящихся к теме статьи. Перед статьей или в ее конце присутствует указание авторства, при клике курсором мыши на имя автора статьи читатель оказывается на блоге данного автора на этом сайте или на странице автора в одной из социальных сетей. Кроме персонализации автора, статья обычно содержит обширную гиперссылочную составляющую. Ссылки внутри статьи условно можно разделить на два типа: 1) информативные - те, которые отсылают к другим материалам по теме с целью прояснить понятия, персонифицировать личности героев статьи, установить хронологию событий и пр.; 2) содержащие внутреннюю рекламу -

тот вид ссылок, который находится после авторской аргументации, для пользователя наличие такой ссылки оказывается неожиданным, объективность информации представленной в статье обнуляется, читатель понимает, что единственной целью стать было прорекламирровать определенный продукт или услугу.

Если статья располагается на платформе одной из социальных сетей, то кроме гиперссылок в ней может содержаться хэштеги ("слово или фраза, которым предшествует символ #", тематический маркер), которые представляют собой отсылку к подборке материалов маркированных тем же именованием. Эта возможность наделяет пользователя ощущением структурированности информации, связи внутри единого, но фрагментированного гипертекста, однако феномен хэштега содержит потенциальную возможность произвольной маркировки, когда постер не соблюдает принципов соответствия хэштега визуального и текстового содержания. Данная модель представления постов наиболее характерна для спамеров, тех людей, которые специализируются на навязчивом продвижении товаров и услуг в Сети. Нарушение хэштеговой дифференциации на сегодняшний день оказывается наиболее яркой формой рекламы нового типа. Однако следует отметить, что динамика роста количества подобных нарушений системы электронной каталогизации в скором времени вероятно обусловит ее реструктуризацию, либо шифрование хэштегов. Пользователь оказывается перед необходимостью совершать выбор между тем, чтобы размещать под своими публикациями популярные хэштеги и тем, чтобы сделать свои персональные маркеры. В первом случае у него будет возможность привлечь новую аудиторию, найти единомышленников, в другом - его профиль будет свободен от спама, однако контент будет недоступен для тех, кто не подписан на обновления его страницы, что будет противоречить логике взаимодействия в социальных сетях.

Таким образом, гипертекстуальность представляется в качестве совокупности специфических эффектов электронного гипертекста,

зондирующих сетевую коммуникацию. Появление нового типа гипертекста изменило представление о матрице - теперь в качестве матричного текста выступает "текст 2.0", который открыт для внесения изменений пользователями. Каждый из участников сетевого взаимодействия самостоятельно определяет характер своего присутствия в Сети - гарантированная анонимность оказывается способной аккумулировать креативные проявления пользователей в едином пространстве, это интерпретируется как отсутствие ответственности и абсолютная творческая свобода, что может обусловить "рождение танцующей звезды", в то же время всякое анонимное проявление пользователя может быть присвоено другими анонимами, в связи с этим анонимность представляется крайне уязвимой позицией для правовой защиты интеллектуальной собственности субъекта. Безусловно, гипертекстуальность, представленная гиперссылками и хэштегами, устранила асимметрию восприятия контекста информации между пользователями, уровни знания которых значительно отличаются, это позволило повысить качество ориентации в информационных потоках, но вместе с тем, пользователь сталкивается с регулярной сменой приоритетов маркировки публикаций; с ускорением обмена информацией, когда социальные сети предлагают получать мгновенные уведомления о публикациях того или иного человека, СМИ, магазина и др.

Подводя итог, следует отметить, что гипертекстуальность имманентна электронному гипертексту, именно она обеспечивает его динамичность, незамкнутость и нелинейность, что позволяет современному субъекту-пользователю Сети иметь полидискурсивное мировосприятие, однако одновременно с этим гипертекстуальность, являясь невидимым для реальности инструментом, оказывается способна жестко детерминировать деятельность пользователя и его самоощущение вне пределов "текста 2.0.", когда субъект пытается перенести модели взаимодействия, темп, способ самопредставления и проч., которые представляются ему наиболее

оптимальными, в зону онлайн - он сталкивается с тем, что не может соответствовать требованиям гипертекстуальности и воспроизводить ее.

Литература

1. Хартунг, Ю. Гипертекст как объект лингвистического анализа/ Ю.Хартунг, Е.Брейдо// Вестн.Моск.у-та. Сер.9, Филология. 1996.№3. С. 61-77.
2. См. Савчук, В.В. Медиафилософия. Приступ реальности/ В.В.Савчук. - СПб.: Издательство РХГА, 2014. - 350 с.
3. Эко, У. Картонки Минервы. Заметки на спичечных коробках/ У.Эко, пер. с итал. М. Визеля и А. Миролобовой. - СПб.: Симпозиум, 2008. - 412 с.
4. Филипс, У. Трололо: Нельзя просто так взять и выпустить книгу про троллинг / У.Филлипс, пер. с англ. М.Вторникова. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 300 с.

1.10. Концепт-акт/ реальный акт как парадокс информационной культуры

Концепт-акт обозначает осуществление определенного действия, которое главным образом направлено на проверку действительной реакции реципиентов того или иного контента интернет-площадок. В этом аспекте данный тип действия укоренен в парадигме концепт-дизайна как необходимой для современного производства стадии представления продукта (например, концепт-кары на автошоу и др.).

В структуралистской и постструктуралистской философии критикуется фигура нововременного субъекта. Присвоенное звание абсолютной инстанции, которое гарантировало право констатировать, подчинять и препарировать оказалось не способным защитить самого субъекта от разотождествления с подлинностью, утраты собственной целостности.

Так, например, классический субъект, по Ж. Лакану [1], растворяется в цепи означивания, становясь при этом языком. Современный субъект все больше партикуляризуется, усугубляя степень недоступности для самого себя.

Происходящие аксиологические сдвиги в обществе выразились в концептуальной переоценке способностей субъекта к действию. Он оказывается способным лишь на деконструкцию, игру и пародию [2]. Таким образом, получается, что субъектное действие, ответственность за которое не перекладывается субъектом на власть и социальные институты, утрачено.

Очевидно, что Интернет сегодня является тем пространством жизни человека, в котором в большей степени, чем в реальности, раскрывается его креативный потенциал, а значит, Интернет одновременно с этим является пространством более толерантного восприятия поведенческой нелинейности пользователей интернет-пространства. Однако эта толерантность абстрактна.

Представление в сети концепт-акта содержательно трансформирует реальное действие, так как происходит подмена интенции: человек, прежде чем начинает производить те или иные акты в реальности, задается вопросом о том, могут ли они способствовать продвижению его «юзерпика» к вершине популярности или они будут принадлежать только пространству его личного переживания?

Следует принять во внимание, что характер действий каждого интернет-пользователя опосредован отсутствием энтропийного баланса в Сети, что обеспечивает практически беспредельную свободу самовыражения. Каждый из реализующих себя в Интернете не желает быть уложенным в прокрустово ложе «20 против 80» [3]. При этом сетевой субъект не нуждается в исполнении реального акта, он движется в логике конструирования концептов.

Литература

1. См.: Лакан Ж. Этика психоанализа (Семинары: Книга VII (1959–60)) / Ж. Лакан, пер. с фр. А. Черноглазова. – М.: Гнозис; Логос, 2006. – 416 с.
2. См., напр.: Маньковская Н.Б. Париж со змеями (Введение в эстетику

постмодернизма) / Н.Б. Маньковская. – М.: Институт философии РАН, 1995. – 224 с.

3. См.: Седов Е.А. Информационно-энтропийные свойства социальных систем / Е.А. Седов // Общественные науки и современность. – № 5. – 1993. – С. 92–100.

Глава 2. СОВРЕМЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ: ПРАКТИКИ ИНТЕГРАЦИИ В НОВОМЕДИЙНОЕ ПРОСТРАНСТВО

2.1. Перспективы интеграции университета в новомедийное образовательное пространство

Современные дискуссии о судьбе университета как формы высшего образования восходят к концептуальному вопросу о его современной миссии. В режиме утилитаризма и поиска университетом спонсоров, борьбы за увеличение государственного финансирования, самостоятельного зарабатывания средств невозможно рассматривать современный университет только как социальную структуру, осуществляющую образовательные и исследовательские функции. В академическом дискурсе отчетливо звучат такие проблемные темы как необходимость соответствия университета определенному рейтинговому статусу (зачастую международному), сохранение престижности университетского образования, формирование собственной образовательной традиции, преодоление кризиса университета. Одновременно с переосмыслением всей культуры высшего образования происходит рефлексия технологической составляющей жизни современного человека. Разрабатываются концепции, согласно которым одной из основных сил, оказывающих негативное воздействие на современное общество оказываются новые медиа.

Нельзя не согласиться с тем, что университет является одной из старейших и консервативных социальных структур, что подтверждается рассуждениями об университете, американского исследователя в области

образования К.Керра: «Если мы возьмем в качестве отправной точки 1520 год, когда была основана лютеранская церковь, было создано 66 учреждений, среди которых католическая церковь, лютеранская церковь, парламенты Исландии и острова Мэн и 62 университета, которые существуют в узнаваемой форме в западном обществе и теперь. Они пережили войны, революции, депрессии промышленные трансформации, но вышли менее всего измененными, чем любой сегмент общества» [Kerr, 1982, 152]. Университету неоднократно предсказывалась гибель и сегодня вновь раздаются голоса, которые предрекают, что процесс апроприации медиа университета является началом коллапса и самого университета, и всей когнитивной сферы человеческой жизни. Стоит отметить, что пессимистические рассуждения о будущем университета присутствовали на протяжении всей его истории, однако все происходящие трансформации мало отразились на его существенных характеристиках.

В самом деле, университет сохраняет определенную автономию, профессорско-преподавательский состав имеет академическую свободу в исследовательской деятельности. Несмотря на прогноз американского экономиста П.Друкера, что университеты, равно как любая другая организация, не изменяющаяся вместе с окружающим миром, обречена на прозябание [Друкер, 2004], университетское образование по-прежнему является востребованным. Так в связи с чем актуализируется дискуссии о судьбах университета?

Представляется, что «ощущение кризиса» может иметь в качестве своего источника две интерпретации текущего положения дел. В качестве первой, на наш взгляд, выступает идея стагнации университета как элитного субъекта образовательного пространства. Университет — это башня из слоновой кости и современные ученые являются продолжателями классической традиции производства научных знаний, которые выступают для общества непререкаемой ценностью и вмешательство в деятельность ученых считается невозможным. Иными словами, это интуиция о том, что в научном

менталитете не произошли глобальные трансформации: в каждом историческом контексте университет претерпевает влияние социально-культурных тенденций, однако радикального преобразования системы университетского образования, науки, организации до недавнего времени не происходило. Однако, основанное на опыте переживания XX века, современное мышление движется согласно логике «конца», приписывая гибель и такой структуре как университет.

Вторая интерпретация заключается в признании утопичности современного университета. Высшее образование на сегодняшний день выступает в качестве одного из ценных товаров на рынке, и в погоне за успешной коммерциализацией и конкурентной борьбой с другими учебными заведениями, университет оказывается включен в публичную сферу и начинает испытывать кризис идентичности. Переосмысление сферы образования фактически означает принятие университетом на себя контрактных обязанностей – сама идея университета как место получения знаний необходимо претерпевает изменения. Так, К.Керр предлагает концепцию мультиуниверситета – комплекса, направленного на многоцелевое развитие и представляющего собой ориентированную на рыночные запросы структуру. [Kerr,1982].

Если в первом случае университет представляется в качестве структуры, дающей набор неактуальных знаний, но при этом продолжающей быть престижной только по причине своего исторического прошлого, то вторая позиция отражает реальную ситуацию большинства массовых университетов по всему миру. На практике студенты платят за свое образование всё дороже, а содержание образовательных программ все меньше коррелирует с практикоориентированным знанием, востребованным в профессиональной деятельности, и соответственно трудоустройство после окончания университета остается затруднительным. Можно было бы оспаривать весомость и особенности каждой позиции, однако не подлежит сомнению тот

факт, что возникшие проблемы университета на повседневном уровне могут решаться посредством современных медиатехнологий.

В качестве первой формы взаимодействия университета и медиа мы выделяем технологическую – здесь в качестве феномена, являющегося воплощением переустройства университета, выступает практика дистанционного образования. Современные университеты все шире практикуют дистантные формы обучения, которые обусловлены, в том числе и экономической целесообразностью. Страх замещения классического способа преподавания на цифровое стал предметом множества дискуссий, связанных с образовательным процессом, когда по аналогии с промышленной революцией прогнозируется замена преподавателя на машину. Безусловно, рассмотрение медиа только в качестве обеспечивающих учебный процесс инструментов является недостаточным, в действительности медиа формируют новые форматы образовательных отношений.

Возможность приобретения образования посредством дистантных форм долгое время считалась вторичной по отношению к аудиторным лекциям, практическим занятиям и личным консультациям с преподавателем. Действительно изначально дистанционное образование обозначалось как «второй шанс» [Edwards, Hanson, Raggatt, 2002]. Однако за последнее десятилетие всё больше университетов предоставляют возможность гибкого обучения для своих студентов на базе онлайн-сервисов и платформ. Они строят образовательный процесс исходя из того, что медиатехнологии являются уникальными инструментами познавательной деятельности человека, так как представляют собой средства коммуникации. Существует позиция, согласно которой, медиа являются усилителями познания, поскольку способствуют формированию более объемного мировосприятия и миропонимания. Если раньше человечество использовало медиа старого типа, такие как картины, буквенный алфавит для передачи знаний, которые зависели от ограниченного числа материальных копий, то на сегодняшний день

способы сохранения и трансляции знаний приобретают все более совершенный формат.

Новые медиа становятся стратегически главным фактором в получении информации и это вызывает необходимость развития самой инфраструктуры цифрового образования. С развитием скоростей Интернета и его технических функций стало возможно более сложноорганизованное взаимодействие между преподавателями и студентами – происходит изменение статуса новых медиа с альтернативного канала познания на полноценный способ доступа к информации, неотъемлемую часть системы образования. Это повлекло за собой смещение фокуса учебного курса с содержания образовательного курса на субъект обучения. Прямой доступ через Интернет сделал университетское образование персонифицированным. Это означает, что произошла фактическая смена прежней образовательной парадигмы, в которой производитель образовательного контента – преподаватель в вербальной форме представляет реципиенту – студенту набор определенных данных. Теперь традиционная иерархия ролей и сам дидактический подход адаптируются под запрос самого обучающегося и способа обращения с информацией. По сути цифровые медиатехнологии разрушают консерватизм университетских форм организации обучения/преподавания, о которых в метафорическом стиле рассуждает профессор Открытого университета Нидерландов В.Вестера [Westera, 2010] – преподавание есть по сути фермерство, когда весь процесс устроен циклично – посев, рост, сбор урожая.

Исторической реакцией на невозможность получения необходимых знаний в одном университете, по одной образовательной программе как в элитном университете Лиги плюща, так и в любом из массовых университетов стало появление запроса на получение дистанционного онлайн-образования, представленного в виде отдельных модулей или целых образовательных курсов.

Следующим аспектом трансформации университета под воздействием медиа является его онтологическое позиционирование. Обозначим ключевые

моменты, которые оправдывают противопоставления классического университета и университета эпохи новых медиа. Необходимо пояснить, что мы подразумеваем под онтологическим позиционированием. В контексте данной статьи мы подразумеваем под этим идею университета и те основания, на которых строится образовательный процесс. Сегодня переоценка универсального знания связана с идеей, что «понимание того, чему призван служить университет в современном мире оказалось утерянным» [Барнетт, 2001]. Вместе с тем университет начинает активно легитимировать междисциплинарное знание. Можно выдвинуть предположение, что междисциплинарность способна выступить в качестве новой универсальности, которая не стремимся обнаружить абсолютно релевантную истину. Отказ от статичности «я знаю» в пользу «я знаю, чтобы узнать», как отмечает О.А.Бут, «формирует у студентов чувство внутреннего равновесия и устойчивости в неустойчивой реальности и задает вектор образовательной практики, релевантной современности» [Бут, 2015]. Современный глобализирующийся мир обнаруживает несостоятельность попыток универсального взгляда на него. Интерпретация отдельных отраслей научного знания стала возможной благодаря «коммуникативной онтологии» [Петрова, 2015], где каждая научная область переплетена как с другими фундаментальными научными областями, так и с прикладными знаниями. Традиционная социальная функция университета – социализация и формирование у молодых людей ценностных ориентаций, позволяющая интегрироваться в общество, также выносится за скобки идеи университета. Одновременно ранжирование студентов исключительно по балльной системе, ориентированной на теоретическую компоненту знания, вне учета их проектно-конструкторских разработок, патентов, изобретений теряет свою ценность.

В-третьих, цифровые медиа добавили новый предикат университету – когнитивную открытость, что составляет гносеологическое позиционирование.

Предложенная в середине XX века экономическая теория информационного общества, заключающаяся в признании за информацией силы, способной влиять на изменения экономики и всей организации общества в целом. Возникает закономерный вопрос - как вписываются российские университеты в общемировые тенденции.

По утверждению католического деятеля Дж.Г.Ньюмена, основной миссией университета является «развитие интеллекта и духовности, рассматриваемых в качестве конечных целей университетского образования» [Кислов, Шмурыгина, 2012]. Исследователь С.А.Прокопенко анализируя конкурентоспособность современных университетов и сопоставляя формулировки миссий ряда российских и зарубежных университетов, фиксирует стремление отечественных университетов подчеркивать региональную полезность и национальный масштаб в отличие от мировых университетов, находящихся на ведущих позициях в мировых рейтингах. В отличие от российских, эти университеты позиционируют себя как структуры, направленные на мировой масштаб полезности.

Обратимся к формулировке миссии Казанского федерального университета: «...университет стремится к их (научных исследований) осмыслению, накоплению, сохранению и приумножению фундаментальных знаний и распространение их в обществе»; «является открытым целостным сообществом преподавателей, исследователей, студентов, выпускников»; «строит научную деятельность на принципах междисциплинарности и актуальности научного поиска». Кроме этого, особенной чертой является то, что «университет осознает свою сопричастность к развитию и взаимодействию народов России, укреплению межнационального мира и согласия, сохранению и обогащению культурных традиций народов России и Татарстана» [Миссия Казанского университета, www].

Можно сделать вывод, что российские университеты имеют большую гуманистическую ориентированность нежели зарубежные, большинство которых направлено на передачу оперативного, контекстуального знания.

Однако, на наш взгляд, ни гипертехнологизация образования и знания в целом, ни духовно-гуманитарная ориентированность не соответствуют тенденциям глобального общества.

Текущее положение цифровых технологий и их распространение позволяют утверждать, что сегодня в качестве главного знания сегодня выступает медиаграмотность. Основания для данного утверждения восходят к развитию медийного интерфейса в конце XX века, что вызвало возникновение такого понятия как медиакультура. В истории развития медиаобразования принято выделять ряд стадий. Первая стадия обозначается как протекционистская и относится к периоду от начала XX века до конца 1960-ых годов прошлого века, когда в учебных заведениях начали прививать студентам способность противостоять эффектам массовых медиа и сохранять высокую литературную культуру. Вторая стадия, до конца 1990-ых годов, может быть обозначена как техническая, когда основной идеей во взаимодействии с медиа является их орудийное использование. Современная, третья стадия, подразумевает, что содержание медиа и их возможности способствуют повышению уровня образования в целом и оказывают содействие развитию новых социальных отношений. Медиа в практическом смысле уже невозможно вынести за скобки образования и это выходит за рамки критического, орудийного и протекционистского подходов в их понимании. Университет сегодня не может обойтись без представленности в социальных сетях, потому что в противном случае будет утрачено доверие абитуриентов, которые используют Интернет для выбора учебного заведения. Современное глобальное студенчество предполагает возможность узнать об университете, находясь в любой точке мира. Медиа включены в содержание самых разных общественных понятий.

Новые медиа определяют метацель современных университетов – современный университет является структурой, гармонизирующей отношения между человеком и технологиями.

Литература

1. Edwards R., Hanson A., Raggatt P. Boundaries of Adult Learning. London: Routledge, 1996. 303 p.
2. Kerr C. The Uses of the University. N.Y.: Harper and Row Publ., 1982. 204 p.
3. Westera, W. Food for thought: What education could learn from agriculture. Educational Technology Magazine, 50(6), 2010, pp.37-40.
4. Барнетт Р. Осмысление университета // Альманах «Образование в современной культуре». – Мн.: ПроPILEI, 2001. – № 1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://charko.narod.ru/tekst/alm1/barnet.htm> (дата обращения: 09.02.2018).
5. Бут О.А. Универсум классического университета: современные возможности и перспективы развития // Современные проблемы науки и образования. 2015. – № 1-1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=17899> (дата обращения: 09.02.2018)
6. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. 272 с.
7. Кислов А.Г., Шмурыгина О.В. Идея университета: ретроспектива, версии и перспективы. Образование и наука. 2012;1(8): С. 96-121.
8. Миссия Казанского университета. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kpfu.ru/missiya-kazanskogo-universiteta-73261.html> (дата обращения: 09.02.2018)
9. Петрова Г.И. Современный университет: «множественная идентичность» или «руины» классики? // Вестник Алтайской академии экономики и права. №1(39). 2015. С. 117-120.
10. Ридингс Б. Университет в руинах / Пер. с англ. А. М. Корбута. // Под ред. М. А. Гусаковского. Мн.: БГУ, 2009. 248 с.

2.2. Практики цифрового образования: проблема трансформации хронотопа

Несмотря на тот факт, что мы слишком мало знаем о лучших способах использования вычислительных и коммуникационных технологий для эффективного преподавания и обучения, пространство высшей школы подвергается сегодня цифровизации, темпы которой носят экспоненциальный характер. В этой связи возникает множество проблемных вопросов. К примеру, как эффективно использовать цифровые технологии для создания разнообразного и полезного опыта образования, какие аспекты обучения могут быть улучшены с помощью технологий, а какие требуют традиционного (аналогового) взаимодействия в аудитории с соответствующим социальным и интерактивным контекстом.

Машины индустриального века, которые сформировали современный мир, наше мышление были эквивалентны природе в том смысле, что автомобиль, например, был аналогом лошади, или паровой двигатель воспроизводил силу вола, или самолет отражал в природе птицу, и т.д. С.Эстевес отмечает, что такие машины, определявшие эпоху, выражали деятельность человека и машины, создававшую специфическую констеляцию пространства и времени. В ней процессуальность, деятельность имеют видимый характер, что позволяет нам понять связь между движением и его эффектом, зафиксировать последовательность [1]. Очевидно, что взаимодействие технологий, человека и окружающей природной среды образует континуальный (аналоговый) по своей природе хронотоп, в котором сами люди являются аналоговыми созданиями. Именно в этом хронотопе сформировались базовые онтологические состояния человека.

Сегодня мы являемся участниками и свидетелями разрушения этого хронотопа под натиском цифровых технологий, которые захватывают пространство социального. Цифровые процессы являются мгновенными и

невидимыми, они не имеют природных трафаретов. Реальность такова, что в ситуации с компьютерами мы имеем дело (индивидуально и коллективно) с логикой - все более алгоритмической - которая делает мир гораздо менее «понятным», и который имеет мало эквивалента или соответствия видам культур и обществ, которые люди строили на протяжении тысячелетий [2].

Нейрофизиолог и специалист по поведению Р.В.Джерард в одном из своих докладов утверждал, что в мозге человека функционируют как аналоговые, так и цифровые процессы, но каждая функция выражает свою логику. В аналогичной системе существуют отношения непрерывности; в цифровом, разрывные отношения [3].

Понятие «аналоговый» редко используется исследователями для характеристики сущности человека, онтологических оснований его жизнедеятельности. Чаще всего аналоговыми называют технологии, которые уступают по своему качественному уровню цифровым. Аналоговая технология, которая лежит, к примеру, в основе создания виниловых пластинок или обычный (стационарный) телефон основана на скольжении определенной волны и последующей передаче звука через систему ретрансляторов. Это позволяет передать непрерывный узор волны напрямую, учитывая сопутствующие шумы и фоновые помехи. Цифровая технология основана на разложении звука или картинки на совокупность количественных атомарных элементов. Разделяя непрерывный процесс на множество атомарных дискретных моментов, можно добиться высококачественного и сильно приближенного к реальности воспроизведения сигнала. Это и есть цифровая технология, которая основана на том, что любой процесс (звуковой или видео) подлежит атомизации, а впоследствии, при воспроизведении, снова преобразуется в «непрерывный» для восприятия процесс.

В контексте нашего исследования более интересным и важным является определение, согласно которому аналоговое — это эквивалентное или соответствующее чему-либо (в частности, тому, что мы можем обнаружить и распознать в природе). В этой связи актуальными выглядят исследования

антрополога С.Эстевес. Она отмечает, что технологии, с помощью которых мы построили наш мир, с самых ранних времен до самого недавнего времени, были эквивалентны, выступали аналогами органических, разворачивающихся, длящихся процессов, в которых участвовали люди и окружающая их среда, «чьи операции имитировали процессы, которые люди видели в природе и функционировании своих собственных тел» [1, с. 401].

В связи с вышеизложенным нельзя не отметить, что опыт совместного пребывания в стенах университета — это не только учеба, но также социальное становление, воспитание, соревнование, формирование социальных связей на будущее, целостный стиль жизни, формирующий человека. Процесс обучения не сводится к передаче информации или чтению книг. Он предполагает трансляцию того, что М.Полани [4] назвал неявным (периферийным) знанием. Это принципиально неформализуемая, неартикулируемая компонента, лежащая в основе научной традиции. Знание явное, предполагающее возможность фиксации в различного рода текстах, можно передать дистанционно посредством цифровых технологий, а знание неявное (молчаливое) нельзя, им можно овладеть только через принадлежность к научной традиции, к научной школе, через непосредственные совместные практики, в которых далеко не все можно выразить вербальным способом. Прослушивание учебных курсов даже на самых современных онлайн платформах по какой-либо программе не может сравниться по своему эффекту с освоением этой программы в традиционных университетских условиях.

Онлайн, вероятно, можно научить профессиям, в которых основная работа также потом проходит онлайн, можно дать дополнительную профессиональную подготовку, можно решать локальные образовательные задачи. Но нельзя сформировать уверенность в себе, дружеские отношения, создать соревновательную атмосферу и все то, что предопределяет жизненные ориентиры. Университетский (физический) кампус первичен, и по отношению

к нему практики цифрового образования могут выступать как полезное дополнение, но не как адекватная замена.

Человек, помещенный в режим тотального онлайн образования на несколько месяцев (как в ситуации с пандемией COVID-19), неизбежно испытывает чувство телесно-перцептивной депривации. И это не удивительно, поскольку как существо познающее, он сформировался в тесном контакте с окружающей средой, с физическими объектами, ее населяющими. Формирование познавательного аппарата человека происходит в динамической связи, структурной сопряженности его телесности и среды обитания и становления (природной, культурной, социальной). Благодаря устройству нашего тела, которое представляет собой сложную систему с удивительно четкой координацией различных процессов, мы способны получать импульсы из окружающего мира, отвечать на них определенным образом, подходящим к конкретной ситуации и условиям, изменяться под воздействием среды и трансформировать ее [5].

В этой связи цифровые интеракции сопровождаются неизбежными потерями, искажениями, «пропусками», когда возникает проблема адекватного перевода или «адекватного словаря», о котором пишут П.Вацлавик, Д.Бивин, Д.Джексон. Чего не хватает цифровой связи, так это «адекватного словаря» для бесконечных непредвиденных обстоятельств человеческих отношений [6]. Эти исследователи приходят к выводу: «Мало того, что не может быть никакого перевода с цифрового в аналоговый режим без большой потери информации ... но обратное чрезвычайно сложно» [6, с.47]. Иными словами, наше исследование подтверждает, что чтобы запустить и реализовать полноценную интеракцию человеку необходимо использовать весь набор имеющихся у него когнитивных способностей, навыков, инструментов, опосредованных его телесной активностью и имеющих аналоговую природу.

Онлайн-обучение широко распространено в современном университете, где реализуются всевозможные цифровые приложения и стратегии

смешанного обучения. Это говорит о том, что, работая в сетевом пространстве, студенты все чаще имеют дело с цифровым текстом, при этом их связь с печатными текстами все больше ослабевает. Исследование Н.Карра опирающееся на технологии нейробиологии и функциональной магнитно-резонансной томографии, подтверждает тенденцию, о которой многие исследователи подозревали и высказывались о ней гипотетически: тексты на экране побуждают нас читать быстрее, скользить, и это уменьшает нашу способность усваивать и запоминать информацию. Н.Карр утверждает, что неврологические пути, связанные с функциями памяти в мозге, на самом деле становятся слабее в результате постоянного взаимодействия с экраном девайса [7, с. 23-25].

К.Хейлз, главный теоретик цифрового письма, признает эту трансформацию и утверждает, что «синаптические связи в мозге сосуществуют с окружающей средой (цифровостью), в которой потребление медиа является доминирующим фактором» [8, с.187-199]. Из этого следует, что, хотя наш мозг когда-то был «написан» с помощью технологии печатного алфавита, мы - особенно «цифровые аборигены» - подвергаемся новой интеллектуальной эволюции в направлении приобретения «цифрового мозга» с когнитивными процессами, которые больше ориентированы на скорость сети, а не на культуру (и ритм) печати [9].

Постепенное отсоединение от культуры и опыта печатного чтения и письма неизбежно трансформирует наше мышление в направлении партикулярности, фрагментации, дискретности, утраты континуальности и системности. Кроме того, в цифровом пространстве уменьшается важность непосредственного общения, которое во многом определяет качество понимания, усвоения учебного материала. Разнообразные формы взаимодействия, реплики, жесты, мимика и т.д., реализуемые в пространстве физического присутствия, фундирующие целостность когнитивных практик, в он-лайн режиме существуют в существенно усеченном формате, либо нивелируются вовсе.

Когнитивная деятельность в сети, зачастую детерминированная поисковыми системами, алгоритмами деятельности, означает также сокращение контекста и вероятности появления случайных точек личностного разворачивания и роста. Они по определению не подлежат алгоритмизации и позволяют неожиданно натолкнуться на идею, образ, текст или встретить отдельного человека в общении, обсуждении, дискуссиях, относящимся к отелесненным когнитивным практикам.

Пример пандемии COVID-19 показал, что эффекты глобализации, которые общество фиксировало до 2020 года являлись только потенциальностью, так как, с одной стороны, возникла ситуация, когда географическая глобальность мира оказалась под вопросом, поскольку границы государств закрыли, однако вместе с этим произошло смещение социальной, интеллектуальной активности в глобальное цифровое пространство.

Процесс образования также столкнулся с рядом эффектов, которые не находились в рамках стратегий развития университетов по всему миру. Прежде всего необходимо отметить кто является современным реципиентом образовательного процесса высшей школы. В современном контексте понимания это группа людей, которые имеют представление о масштабе мира и своем возможном месте в нем, это те, кто готов быть активным производителем духовных и материальных продуктов, те, кого можно обозначить как сторонников индивидуализма в самом широком смысле слова. К современным учащимся невозможно приложить географическую дихотомию по его происхождению: из столичного или провинциального города, развитой или развивающейся страны, поскольку сеть интернет практически нейтрализует разницу в возможности приобретения знаний.

Нельзя не отметить, что запрос на высшее образование выступает маркером для стран с высоким уровнем развития экономики или со сформированным представлением о символическом значении статуса человека, имеющего диплом высшего образования. Одновременно с этим

следует отметить, что, например, для российских реалий, характерно преобладание тенденции восприятие образования как символа, поскольку согласно данным только 36% россиян работают по специальности, полученной в вузе [10], в то время как остальные, например, проходили дополнительные курсы, то есть фактически нуждались в приобретении конкретных навыков для работы. Если для развитых экономик получение высшего образования есть этап в череде экономических целей, то на повседневном уровне в России это момент личностного самоопределения.

Проект Стэнфорд-2025 это прежде всего исследовательская инициатива по изучению перспектив и поиску путей в развитии для высшего образования. Этот проект появился как необходимость ответить на два актуальных вызова – увеличение массового запроса на онлайн-образование и увеличение стоимости классической очной формы высшего образования. Кроме внутренних противоречий в системе университетского образования и необходимости пересмотра традиционных форматов, актуализировались такие внешние вызовы как услуги сторонних агентов образовательных услуг, которые не ограничены формальными требованиями, поэтому более подвижны и ориентированы на обучающихся. Единственным противопоставлением онлайн-обучению выступает статус университета как социального института, а не агента бизнеса по тиражированию знаний.

Можно выделить две глобальные тенденции, возникающие внутри университетов. Высшее образование в странах, где главный критерий хорошего образования есть возможность трудоустройства, администрация оказывается перед необходимостью удовлетворять данный запрос, поэтому отчасти становясь прикладной отраслью, выполняет роль организаторов своеобразных speed-dating («быстрых свиданий»).

Вторая тенденция представлена альтернативной образовательной программой Миневра, созданная бизнесменом Беном Нельсоном в 2011 году, с собственной образовательной моделью, она представляет собой определенный тип онлайн-образования, однако здесь отсутствует

традиционное для онлайн-формата обучения использование записанных заранее видео-лекций, формально организованных семинарских занятий и заданий. Миневра администрацией позиционируется как университет, а формат программы как активное обучение, основанное на результатах когнитивных исследований. Работа в «классе» предполагает совместное действие, дебаты, ролевые игры, сократовские диалоги и т.д. Занятие проводится с инструкторами, которые контролируют активность студентов. Кроме этого, обязательным условием является перемещение студентов каждый семестр в новую страну и проживание в таких городах как Сан-Франциско, Берлин, Буэнос-Айрес, Сеул, Бангалор, Стамбул и Лондон. Студенты живут в кампусе и имеют возможность взаимодействовать в работе над проектами и вместе проводить свободное время. В каждой стране студенты имеют возможность выполнять проекты с местными крупными представителями бизнеса и соответственно, после окончания обучения, имеют возможность получить работу в таких компаниях как Twitter, Google и т.д. В интервью интернет-изданию Meduza Бен Нельсон отметил, что их система организации учебного процесса направлена на обучение мышлению, а изучение предметов является второстепенным[11]. Интересно, что основатель этого стартап-университета не видит смысла в классификации университетов по рейтингу, так как на его взгляд преподавание в одном из топовых университетов США и рядового европейского университета, по сути, ничем не отличается, так как везде примерно один формат образовательного процесса. По его мнению, сегодня студент приходит в университет, чтобы получить социальные связи. Таким образом, продолжая мысль основателя Миневры, университет сегодня необходимо нуждается в трансформации, однако сама его структурная организация выступает скорее преградой, чем способствует его соответствию актуальному запросу. Деление на факультеты, физическая отдельность внутри университета препятствует возникновению единого пространства интеллектуального обмена, что в будущем приводит к невозможности совместного поиска решений для междисциплинарных

проблем. Отсутствие достаточно полной обратной связи и общности проектной работы аннулирует престижность любого университета с преподающими в нем нобелевскими лауреатами.

Приведенный пример альтернативного взгляда на развитие образования во многом останется дискуссионным. Однако нельзя не согласиться, что основная масса актуальных дискуссий о реформах в сфере образования в качестве главного предмета спора определяет увеличение интерактивности учебного материала, доступности получения образования (что стало основным пунктом в ситуации пандемии) можно обобщить как усовершенствования медиальной стороны процесса образования, то есть своего рода задачи первого уровня, когда студенту предоставляется информация в том виде, в котором он способен ее потребить, однако сбор информации в современном мире не является когнитивной ценностью.

Высшее образование традиционно ассоциируется со способом приобретения социального статуса. Однако в современном обществе представление о стабильности высшего образования как феномена подвергается серьезным трансформациям. Динамика его содержания и форм все больше приобретает цифровую природу. Наступление пандемии наглядно продемонстрировало как меняется сама онтология образования под влиянием требования соблюдения самоизоляции. Эти изменения носят неоднозначный характер, зачастую с обретением высокотехнологичного характера образование утрачивает важнейшие функции, связанные не только с системным развитием когнитивных способностей и профессиональных навыков, но и с воспитанием, социальным становлением личности.

Литература

1. *Estevez, S. Is Nostalgia becoming Digital? / S. Estevez. Text: print // Social Identities Vol.15, No.3. 2009. P. 393-410.*

2. *Pasquale, F.* The Black Box Society. / F. Pasquale. Text: print // Cambridge, MA: Harvard University Press, 2015. P.189–220.

3. *Gerard, R. W.* Some of the Problems Concerning Digital Notions in the Central Nervous System. / R. W. Gerard. Text: electronic // Eighth Macy Conference. 1953. URL: <http://pcp.vub.ac.be/books/gerard.pdf/> 172.

4. Нилогов А. С. Концепция «неявного знания» Макса Полани как предчувствие философии антиязыка/ А.С.Нилогов. Текст: электронный // Философская мысль. 2017. No 3. P.12-35. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-neyavnogo-znaniya-maksa-polani-kak-predchuvstvie-filosofii-antiyazyka>.

5. Thompson, E. Life and mind: From autopoiesis to neurophenomenology. A tribute to Francisco Varela. / E. Thompson. Text: print // Phenomenology and the cognitive Sciences 3.4. 2004. P. 381-398.

6. Watzlawick P., Beavin Bavelas J., Jackson D. Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies and Paradoxes / P.Watzlawick, J.Beavin Bavelas, D. Jackson. Text: print // New York, Norton & Company, 2011. 304 p.

7. Carr, N. The Shallows: What the Internet is Doing to Our Brains/ N. Carr. Text: print // W. W. Norton Company. 2011. 280 p.

8. Hayles, K. Hyper and Deep Attention: The Generational Divide in Cognitive Modes. / K.Hayles. Text: print // Profession. 2007. P.187–199.

9. Wolf, M. Proust and the Squid: The Story and Science of the Reading Brain / M.Wolf. Text: print // New York: Harper Collins. 2007. 308 p.

10. Опрос: только треть россиян работает по специальности, полученной в вузе. 10.09.2020. URL: <https://tass.ru/ekonomika/9416487>. Текст: электронный.

11. Венявкин, И. «Студенты Гарварда запоминают десять процентов от курса» Интервью основателя университета Minerva Бена Нельсона. В его вузе вообще нет лекций, а студенты перемещаются между Сеулом и Сан-Франциско. 02.10.2019. / И.Венявкин. Текст: электронный // URL:

<https://meduza.io/feature/2019/10/02/studenty-garvarda-zapominayut-desyat-protseptov-ot-kursa>.

2.3. Организация образовательного процесса в условиях новомедийного пространства

Цифровая технологическая революция, начавшаяся в конце 80-х годов XX столетия, породила всемирный когнитивно-коммуникативный универсум – глобальное новомедийное образовательное пространство, открывающее новые беспрецедентные возможности для образования человека. Появление «новых медиа» (new media), представляющих собой программные продукты, интерактивная природа которых обеспечивает широкие диалоговые возможности пользователям, бросает вызов традиционным способам и формам образования, существующим в высшей школе. Большая часть образовательных институтов все еще представляет собой неуклюжие монолиты-фабрики XIX-XX веков. Исторически работодатели могли быть уверены, что выпускники университетов подходили для профессиональной занятости по освоенным компетенциям, независимо от оконченного вуза и содержания программы, но сегодня это уже не так. Высокая скорость изменений в цифровой медиа индустрии вызывает необходимость постоянного обучения и переобучения. Все меньше и меньше рабочих мест в XXI веке включают рутинные задачи, в этой связи перед университетами стоит сложная задача формирования и развития наряду с узкопрофессиональными дисциплинарными навыками, высокоуровневых метаспособностей, таких как: саморегулируемое обучение, производство и синтез знания, творчество, проективные навыки, адаптивность, информационный менеджмент, критическое мышление и цифровые компетенции.

«Новые медиа» – уже не только средства хранения и трансляции информации, но и активные участники процессов генерации и движения информационных потоков. Кроме того, они способны посредством

математических алгоритмов и роботов персонализировано подстраиваться под интересы и запросы пользователей. «Новые медиа» в отличие от традиционных, где присутствует четкая дифференциация между производителем информации (передающим) и ее потребителем (принимающим), элиминируют подобную однонаправленность. Как следствие, фигура пассивного потребителя готовых медиасообщений уступает место активному пользователю, который собственными действиями трансформирует полученный контент в тексты собственного сознания, тем самым создавая новые медиа-объекты.

В 2005 г. британский социолог К.Кэмпбелл дал дискрипцию нового типа потребителя, которого называл «искусный» или «творческий потребитель» («craft consumer», «creative consumer»), или «просьюмер» (комбинация из двух английских терминов: professional + consumer). Потребитель в данном случае выступает не как рациональный калькулятор или искатель пассивных, безусловных удовольствий, а как вовлеченный в творческие акты индивид. Он исходит из желания творческой активности, поскольку в творчестве происходит его самовыражение [1, с.23-42]. Просьюмер заинтересованно участвует в производстве того, что будет потреблено. Различие между производством и потреблением в этом случае установить очень сложно. Позиция студента - просьюмера, получающего образование, позволяет не только приобретать конкретные практические навыки, но и формировать универсальные человеческие способности, получая от образования максимально позитивный эффект.

Использование цифровых технологий кардинальным образом меняет образовательное пространство и существенно трансформирует традиционные модели организации образовательного процесса. Мы живем в обществе, где социальное использование новых медиа носит универсальный характер и где люди постоянно подключены к ним посредством интеллектуальных (часто мобильных) устройств. Образовательные кампусы не являются исключением.

Мы наблюдаем стремительное расширение образовательного пространства за счет социальных медиа, облачных технологий, вебинаров и т.п. Возникает новая среда обучения, охватывающая как локальный, так и глобальный уровни. В дополнение к стационарной группе студентов университета как кампуса и коллективу преподавателей, которые работают с этой группой, формируются целые сообщества. Процесс образования распространяется за пределы кампуса, появляются возможности привлечения внешних лекторов, специалистов-практиков, консультантов. Тем самым происходит расширение коммуникационных образовательных платформ.

Новые способы размещения учебного материала, дающие возможность самостоятельно его конструировать, редактировать, публиковать, распространять, комментировать (при этом зачастую работая в интерактивном режиме), формируют новомедийную среду учебного контента. В традиционной модели особое внимание уделялось обучению, где студенты следовали за преподавателем в четко регламентированной процедуре освоения знания, теперь студенты обучаются сотрудничеству и более того, имеют больше возможностей для дифференцированного обучения. Еще в недавнем прошлом проведение исследования, публикация его результатов, распространение учебного материала требовали большего времени чем сейчас, информация устаревала еще до того как добиралась до студенческой аудитории. Теперь информация легкодоступна и обмен ею происходит практически мгновенно. Публикация учебного материала в традиционных учебниках была представлена в виде линейной последовательной модели, цифровые технологии позволяют представить учебный материал в модулях, которые могут взаимозаменяться и быть динамичными.

Традиционно преподаватель, являясь единственным носителем знания, раздавал инструкции по его освоению в директивной манере, сегодня освоение учебного материала посредством использования множества источников информации происходит на альтернативной основе, к тому же у студентов есть возможность сравнивать и оценивать качество контента разных

информационных источников. Преподаватели выступали в роли «творцов мудрости», используя набор предписанных учебных материалов, в то время как теперь, используя новомедийную среду, они направляют студентов, устанавливают рамки и границы необходимые для того, чтобы студенты вырабатывали навыки совместной деятельности в процессе обучения. Если в прошлом преподаватели обеспечивали когнитивное «окно в мир» для студентов, то теперь, студенты открывают их через собственную поисковую исследовательскую активность, через взаимодействия со своими сверстниками, преподавателями, через контакты с другими актантами сетевого новомедийного пространства. Учебные материалы из прошлого, как правило, были созданы либо только преподавателем, либо авторами учебников, тогда как теперь, учебный контент все чаще формируется в соавторском сотрудничестве педагогов и студентов, активно использующих в этих целях новомедийное пространство.

В прошлом ставка делалась на «хозяина знаний», поскольку удержание в памяти основных концепций и фактов носило характер императива в условиях, где информационный доступ был ограничен. В настоящий момент акцент делается на развитии навыков доступа к информационным ресурсам, умения осуществлять их анализ и оценку, способности создавать собственный контент в медиа-пространстве, что становится критически важным в мире, где информация легко доступна. Безусловно, содержательная сторона когнитивной деятельности по-прежнему очень важна, однако сегодня не менее важным является достаточное внимание процессуальным навыкам, которые позволяют эффективно применять и сочетать содержательные знания для решения познавательных проблем, реализации исследовательских и прикладных проектов.

В новомедийном образовательном пространстве существенным образом расширяются возможности трансляции знания, произведенного самими студентами. Студенческие работы в прошлом представляли собой бумажную запись или физически сконструированные проекты, теперь студенты создают

цифровые проектные модели. Демонстрация студенческих работ обычно была лимитирована просмотром со стороны учителя, студентов и иногда родителей. Теперь география представления охватывает весь мир. Вследствие ограниченного времени, отзыв на студенческую работу мог быть дан только преподавателем, теперь отзывы и рецензии могут быть получены от многих специалистов, причем как внутри, так и вовне университетского кампуса. Выполненные работы теперь можно с легкостью сохранять в базе данных. Вследствие того, что преподаватели оценивали работы множества студентов, оценки были ограничены (односторонни), а процедура оценивания занимала большое количество времени. Современные цифровые технологии позволяют проверить студенческие работы на похожесть, рейтинги и комментарии. Студенческие работы могут быть собраны как источник данных и разбиты на кластеры для более глубокого анализа.

Использование новомедийной среды, которая содержит модульные учебные материалы разных авторов, дает возможность реализовывать гибкий образовательный дискурс. Этот дискурс предполагает неограниченное количество вариантов того, как вовлекать студентов в учебный процесс и продвигать знания. Вплоть до недавнего времени доступ к знаниям осуществлялся посредством межличностных взаимодействий с привлечением печатных изданий. Теперь межличностные встречи возможны с множеством людей отовсюду, а информация, доступная во множественных медиа-форматах может быть издана глобально, ее распространение легко масштабируется, удовлетворяя разнообразные потребности и запросы.

Для «новых медиа» характерна мультимедийность. Они синтезируют способы объективации знания, накопленные человеческой культурой. Цифровые артефакты представляют собой мозаичные объекты, соединяющие в себе многообразные символические практики - письменные, изобразительные, видео, музыкальные, компьютерные и т.д. Посредством программного обеспечения пользователи могут бесконечно преобразовывать новомедийные артефакты, присваивать им разнообразные коннотации, как

результат, рождаются новые символизации (объекты). От традиционных символизаций цифровые отличаются принципиальной нестабильностью, непостоянством, они собираются и распадаются, создаются вновь уже обновленными. Цифровые объекты не сохраняются в первоначальном виде, они возникают в соответствии с той целью, которую ставит пользователь, а после ее реализации либо претерпевают дальнейшую модификацию, либо вовсе исчезают.

Как отмечает известный американский исследователь медиа Л.Манович, новые медиа не имеют собственной медиаспецифики. Они «метамедийны» [2, р.22]. «Логика метамедиа отвечает современным процессам – появлению возможности создавать любые ремиксы из различной медиаинформации, из форм и образов, накопленных человеческой культурой» [3].

В этой связи актуализируется проблема развития навыков медиа-грамотности, которые позволяют преподавателям и студентам с уверенностью и высокой эффективностью использовать подобные дигитальные среды для проведения академических занятий, организации самостоятельной работы и исследовательских проектов. В современном обществе подобные навыки становятся жизненно важными. Навыки медиа-грамотности в «глобальной деревне» электронных коммуникаций необходимы как центральный инструмент, посредством которого контекстуализируются, приобретаются и применяются содержательные знания.

Содержательные знания - это переменная с бесконечным числом предметов. Обладая навыками медийной грамотности, в особенности исследовательского характера, студент улучшает способность коммуницировать и делиться идеями, используя универсальный понятийный аппарат, который выходит за рамки предметной области, а также за пределы географических локальностей. Таким образом, здесь нет места изолированному знанию, поскольку навыки медийной грамотности кросс-дисциплинарны и общие для всех. При этом в исследовательских процессах,

где студент узнает, нарабатывает и осваивает содержательный материал, навыки медиа-грамотности выступают инструментальным континуумом, который может расширяться и углубляться.

Стратегия медиаграмотного образования предполагает развитие у студентов навыков самоорганизации, позволяющих им стать самонаправляемыми обучающимися на протяжении всей жизни, способными освоить любую предметность. Навыки, связанные с медиа-грамотностью можно свести к четырем видам:

Технологические навыки, обеспечивающие доступ к сетевым ресурсам;

Рефлексивные навыки, позволяющие оценивать достоверность, актуальность, полезность информации;

Способность оценивать угрозы, риски, опасности, возникающие при работе с сетевыми ресурсами;

Навыки творческого использования ресурсов.

Медиа-образование - это особая системная эпистемология. Имеющиеся знания не просто транслируются преподавателями или открываются студентами. Это пребывание в области критического исследования и диалога, в процессе которого преподавателями и студентами активно создаются новые знания. В этой ситуации важной является позиция преподавателя, его способность и готовность осваивать те возможности, которые предоставляет новомедийная среда. В 2001 году известный американский писатель, педагог, футуролог М.Пренски выделил среди пользователей новых (цифровых) технологий две группы: цифровое поколение (*digital natives*) и цифровые иммигранты (*digital immigrants*) [4]. Согласно этой модели, преподаватели и студенты – это люди разных эпох, говорящие на разных языках. Статья М.Пренски вызвала большой интерес, введенные им дефиниции стали часто использоваться многими исследователями. Однако критики тоже было достаточно. Насколько подобное разделение правомерно?

В 2009 году М.Пренски опубликовал новую статью «*H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom*» [5]. В ней он

обращает внимание на то, что чем дольше мы живем в цифровую эпоху, тем менее актуальным становится разделение на цифровых аборигенов и цифровых иммигрантов. И сегодня задача создания нового, лучшего будущего определяет необходимость мыслить в новых терминах, таких как, например, digital wisdom - цифровая мудрость. Это особого рода мудрость, которая предполагает с одной стороны технологические навыки, обеспечивающие компетентное использование новомедийной среды, с другой, рефлексивные способности, позволяющие оценивать степень достоверности, безопасности цифрового контента и коммуникативных практик, возникающих в сетевом пространстве.

Традиционные образовательные системы фокусированы на четких и декларативных знаниях. Университетские преподаватели упаковывают эти знания в статичные учебно-программные единицы и поставляют их студентам. Усвоение этого знания происходит, как правило, в условиях деконтекстуализированной ситуации (замкнутая аудитория, классная комната). Цифровая медийная среда позволяет сделать обучение более «связанным» с актантами, действующими в окружающей среде и имеющими важное значение для развития профессиональных способностей, востребованных в цифровом мире. Обучение в этом случае становится социально направленным и приобретает более аутентичные контекстные формы.

Образовательная среда университета должна быть контекстуализированной средой, в которую интегрированы разнообразные актанты: исследователи, бизнес-структуры, консультанты-профессионалы, провайдеры обучения, проблемно ориентированные коллаборации и т.д. Ей должны быть присущи динамичность, насыщенность, стремление к эволюции, способность реагировать на внешние и внутренние изменения. В этом случае университетская образовательная среда становится генератором, проводником и интегратором знания. С этой целью университеты должны выстроить прочные партнерские отношения с отраслевыми партнерами,

другими университетами и образовательными провайдерами, сообществами профессионалов-практиков, что позволяет использовать возможности новомедийного пространства для получения самых новых и актуальных знаний и информации. Иными словами, они должны стать мета-университетами - динамичными, глобальными, общественно ориентированными системами открытых образовательных ресурсов и онлайн платформ.

Литература

1. Campbell C. The Craft Consumer. Culture, Craft and Consumption in a Postmodern Society // Journal of Consumer Culture.-2005.- Vol.5.- № 1.- P. 23-42.
2. Manovich L. New Media from Borges to HTML // The New Media Reader / Eds. N. Wardrip-Fruin, N. Montfort. Cambridge, 2003, 840 p.
3. Manovich L. The Anti-Sublime Ideal in Data Art. Berlin, August 2002. URL: http://www.manovich.net/DOCS/data_art.doc. (дата обращения 17.11.2016).
4. Prensky M. Digital Natives, Digital Immigrants [http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-Digital Natives](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf), Digital Immigrants -Part1.pdf (дата обращения 14.12.2016).
5. Prensky M. H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom [http:// www.wisdompage. com/Prensky01. html](http://www.wisdompage.com/Prensky01.html) (дата обращения 14.12.2016).

2.4. Интеракция в социальных сетях как новый тип академического взаимодействия

Согласно концепции американского социолога И.Гоффмана, интеракция основывается на взаимодействии актора и аудитории. Гоффман утверждает,

что при взаимодействии человек пытается представить определенный образ, исходя из которого, другие люди получают знание о нем. Это выделение позитивных представлений о себе самом сходно с тем, как актер меняет себя в разных представлениях. Особенности такого типа взаимодействия, по Гоффману, заключается в том, что актер и аудитория одновременно исполняют роли как актера, так и зрителя. Это своеобразная преамбула подлинной коммуникации, когда после представления человек может раскрыть собственное Я. Эксплицируя этот подход на ситуацию коммуникации в социальной сети нельзя не согласиться, что пользователь должен соблюдать определенные конвенции данного формата, чтобы быть воспринятым другими участниками сетевого полилога. Так, кроме того, что в социальном приложении для обмена фотографиями Instagram блокируется размещение эротического контента, сами пользователи имеют определенные негласные соглашения, например, публикация более трех фотографий подряд вызывает осуждение остальных пользователей. То есть само сетевое сообщество диктует формат, и пользователи этого приложения тем самым идентифицируют себя в определенном цифровом поле.

Пользователи публикуют фотоотчеты, видео о событиях, выступают в качестве экспертов, делятся прочитанным, расширяя палитру представлений о себе. Существует зависимость между контентом и аудиторией того или иного цифрового поля. Пользователь, по Гоффману, находится в ситуации постоянного воспроизведения самопрезентации, но одновременно с этим пользователь интегрирует в собственное Я то, что представляет для других. То есть позиционирование себя как книжного блогера определяет необходимость поддержания режима чтения, дисциплины тела, если аккаунт посвящен фитнесу или моде и т.д.[4].

Изменения, переживаемые как современным индивидом, так и обществом в целом, предполагают пересмотр ценностных основ повседневности и когнитивного поиска. В практике высшего образования, как отмечает американский теоретик Ф.Альтбах, влияние информационных

технологий сочетается с процессом глобализации и поэтому «если университеты пытаются игнорировать экономические и социальные тенденции, они утрачивают все свое значение и оказываются у «смертной черты»[1, с.159].

Недостаточный уровень гармонизации цифровых технологий и ресурсов с традиционным форматом организации высшего образования сегодня сочетается с преобразованиями в области взаимодействия между студентами и преподавателями. Безусловно, взаимодействие между студентами и преподавателями непосредственно на занятии в аудитории университета или на площадке университетского форума электронного ресурса имеют принципиальное значение для успешного процесса освоения образовательного курса [6]. Данный тип академического взаимодействия воспринимается как неотъемлемая часть современного процесса образования, однако наряду с этим формализованным аспектом процесса обучения возникает взаимодействие внутри социальных сетей. Социальные сети, такие как Вконтакте, Facebook, Instagram, Snapchati т.д. и мессенджеры (приложения для обмена сообщениями) изменили не только образовательную стратегию, но и академический коммуникационный ландшафт. Вместе с подключенностью к друзьям, студенты оказываются подключенными к преподавателям, что, по мнению некоторых исследователей, способно повлиять на взаимное восприятие учащихся и преподавателей[10].

Проблема переосмысления иерархических отношений между студентами и преподавателями оказалась в центре спора о сохранении за последними роли агента интеллектуального развития и поэтому в ряде случаев неформальные взаимодействия в социальных сетях между двумя сторонами образовательного процесса оказались под запретом. Например, в Ирландии «учителя должны ... обеспечивать надлежащее общение с учениками/студентам ..., включая их общение через электронные средства, такие как электронная почта, текстовые сообщения, сайты социальных сетей»[12]. Однако чем более значительна академическая дистанция между

учащимися и преподавателями, тем труднее реализовывать проблемные обсуждения. Эти проблемы как справедливо отмечают некоторые теоретики могут способствовать снижению мотивации и интереса к образовательному курсу, особенно ярко это выражается при дистанционном формате обучения [8].

Нельзя не отметить, что чем активнее современный университет развивается как современный образовательный субъект, способный конкурировать с медиа-агентами образования, тем больше академического контента переносится в формат подкастов (от iPod – название портативных медиа-проигрывателей компании Apple и англ. broadcasting— широковещание), видео-лекций, онлайн-семинаров, научных блогов и т.д. Необходимость пересмотра академических барьеров обуславливается развитием дистанционного формата предоставления образовательных услуг. Как отмечает американский исследователь Р.Л.Дональдсон, благодаря гаджетам с доступом к Сети расширилось пространство для совместного взаимодействия [7].

По мнению К.Маклафлин [11], социальные сети имеют положительный потенциал для адаптации учебных материалов для целей обучения. Здесь нельзя не отметить актуальность концепции советского психолога Л.С.Выготского, согласно которой создание нового знания сопряжено с социальным взаимодействием с другими. Успешное обучение зависит от возникновения совместности: «Мы конструируем мир не индивидуально в своём сознании, а совместно – в разговоре, соглашениях, социальных практиках» [3, с.285]. Приоритетной задачей обучения становится, чтобы учащийся приобрел умение приобретать знание и пользоваться ими, а не «проглатывать готовую пищу, которую учитель подает ему» [2, с.385].

Согласно концепции теоретика медиа Дж.Сименса, взаимодействие в Сети обуславливает возникновение такого подхода к обучению как «коннективизм» («связанность»); автор предлагает принципы нового понимания процесса образования. Среди них, на наш взгляд, наиболее

актуальным является утверждение, что преподаватель сегодня необходимо должен выполнять роль как помощника в поиске информационных ресурсов, так и занимать включенную позицию в установлении социальными связями в образовательных целях [9]. То есть активное присутствие преподавателя в социальных сетях предоставляет студентам возможность не только осваивать тот или иной образовательный модуль, но и расширить свое личное обучение путем получения того типа знания, который английский философ М.Полани обозначал как «неявное знание» [5]. Поскольку наряду с образовательным контентом, который осваивают студенты, у них есть возможность приобщения к фоновому (инструментальному) знанию, носителем которого является преподаватель, и освоение которого возможно посредством цифровых интеракций в социальных сетях. С одной стороны это выглядит как продолжение социальных взаимодействий в аудитории, с другой – цифровая среда расширяет границы и возможности аудиторных интеракций, разворачивая «свернутые», непроявленные интенции студентов и преподавателей.

Литература

1. Альтбах, Ф. Дж. Глобальные перспективы высшего образования / пер. с англ. Ю. Каптуревского; под науч. ред. А. Рябова; предисл. М. Юдкевич; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. 548 с.
2. Выготский Л.С. Педагогическая психология / Под ред. В.В. Давыдова. М.: АСТ Астрель Хранитель, 2008. 671 с.
3. Касавин И.Т. Социальная эпистемология: идеи, методы, программы / Под редакцией И.Т. Касавина. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2010. 712 с.
4. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. и вступ. статья А. Д. Ковалева. М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. 304 с.
5. Полани М. Личностное знание. На пути к посткритической философии / М.Полани; пер. с англ. М.Б.Гнедовского. М.: Прогресс, 1985. 344 с.
6. Davis, H. A. Conceptualizing the Role and Influence of Student-Teacher Relationships on Children's Social and Cognitive Development. *Educational Psychologist*, 38(4), 207-234, 2003.

7. Donaldson, R. L. Student Acceptance of Mobile Learning. (Doctoral dissertation, Florida State University). 2010. [Электронный ресурс] URL: <https://diginole.lib.fsu.edu/islandora/object/fsu:168891/datastream/PDF/view> (дата обращения: 23.02.2019).
8. Isman, A., Dabaj, F., Altinay, F., & Altinay, Z. Communication barriers in distance education. The Turkish Online Journal of Educational Technology. 2(4). Retrieved December 12, 2008. [Электронный ресурс] URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED495703.pdf> (дата обращения: 23.02.2019).
9. Liu, Y. Social media tools as a learning resource. Journal of Educational Technology Development and Exchange, 3(1), 101–114, 2010.
10. Mazer, J.P., Murphy, R.E. & Simonds, C.J. (2009). The Effects of Teacher Self-Disclosure via "Facebook" on Teacher Credibility. Learning, Media and Technology, 34(2), 175-183.
11. McLoughlin, C., & Lee, M. J. W. (2008). Future learning landscapes: Transforming ped-agogy through social software. Innovate: Journal of Online Education, 4(5). Retrieved 13 July 2012 from education. The Turkish Online Journal of Educational Technology. 2(4). [Электронный ресурс] URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/51073511.pdf> (дата обращения: 23.02.2019).
12. The Code of Professional Conduct for Teachers published by the Teaching Council in accordance with section 7(2)(b) of the Teaching Council Acts, 2001-2015. [Электронный ресурс] URL: <https://www.teachingcouncil.ie/en/Publications/Fitness-to-Teach/Code-of-Professional-Conduct-for-Teachers1.pdf>. (дата обращения: 23.02.2019).

2.5. Переосмысление консьюмеристской модели университета как проблема информационного общества

Повседневность современного человека испытывает нарастающее влияние глобализирующегося мира, но вместе с этим пространство его развития остается ограниченным по политическим и экономическим причинам. Этот феномен получил название глокальности. Действительно, появление и развитие средств массовой информации, возможность практически безграничного доступа к сети Интернет, становление социальных

сетей, которые были призваны расширить пространство взаимодействия людей, парадоксальным образом выступают в качестве причин отчуждения людей друг от друга. Мир становится многополярным и одновременно с этим кризисы становятся его неотъемлемой частью: экономические и политические кризисы, экологический и гуманитарный кризис, на наш взгляд, свидетельствуют о том, что культура вступила в новую стадию, которая не имеет аналогов в истории. Это обуславливает необходимость пересмотра существующей парадигмы образования, так как поиск решений проблем современного глобализирующегося мира определяется образом мышления каждого последующего поколения.

Одним из главных предикатов современного общества является его информационность. Если продолжить логику триады премодерн-модерн-постмодерн, где премодерн это традиционное корпоративное общество, в котором жизнь подчинена сельскохозяйственному укладу, модерн - это общество становления промышленного производства и формирования капиталистических отношений, то информационное общество есть стадия постмодерна, когда основной целью и ценностью является получение доступа к источникам информации.

Известные теоретики информационного общества, такие как Д.Белл, Э.Тоффлер, Ё.Масуда, М.Кастельс расставляют разные акценты в проблематизации информационного общества.

Так, американский социолог Д.Белл предполагал, что наукоемкие технологии станут основой постиндустриального общества и появится класс интеллектуальной, который будет иметь основной политический вес. Согласно мнению американского философа Э.Тоффлера, третья волна человеческой истории будет характеризоваться изменением природы человека. Испанский социолог М.Кастельс считает, что в информационном обществе сохраняются капиталистические отношения, но возникает новый тип общества, который фундирован Сетью.

По нашему мнению, все подходы, обозначенные выше, могут быть спроектированы на масштаб университета как системы, ориентированной на разрешение когнитивных проблем. Если наше понимание действительности оказывается в зависимости от новых медиа, то и стабильность социального пространства, преодоление кризисов оказывается в зависимости от уровня медиаграмотности общества. На сегодняшний день утратило актуальность деление средств информации на источники старого и нового типа. Привычный формат печатной прессы сегодня не представляет собой самостоятельную единицу, а всегда есть дубликат информационного портала, сайта, направленный на удовлетворение запроса консервативной части граждан, которые по ряду причин не могут работать с информацией онлайн.

Итальянский философ У.Эко дает критическое описание последствий доминирования в обществе средств массовой информации: "Если в наши времена диктатура и может возникнуть, то это будет диктатура информационная, а не политическая"[5]. В книге "Полный назад! «Горячие войны» и популизм в СМИ" У.Эко пишет о событиях 11 сентября 2001 года, когда все мировые СМИ фактически оказались на стороне террористов, создав атмосферу страха и незащитности, когда они на протяжении месяца повторяли кадры катастрофы[6, с.15].

Восприятию медиа как инструмента, с помощью которого можно обучать и развиваться, как среды фактического обитания современного человека, препятствует отсутствие четкой между полезным, развивающим, предоставляющим безграничные возможности для когнитивного развития потенциала медиа и теми свойствами медиа, которые ограничивают опыт социальной интеракции, оказывают влияние на самоконтроль, способствуют расстройству внимания. Современное общество столкнулось с кризисом медиа-экологии, когда культура оказалась десимволизована, лишена собирающего центра - письменного слова. Нет доминирующих медиа-каналов - телевидение, радио, кино, печатная пресса существуют в едином информационном пространстве, поисковые системы становятся все более

персонализированными. Медиатеоретик Л.Манович отмечает, что программное обеспечение стало нашим интерфейсом "к миру, к окружающим, к нашей памяти и нашим фантазиям - универсальным языком, на котором мир говорит, и универсальным мотором, движущим современный мир вперед"[3, с.3].

Это свидетельствует о необходимости нового общественного договора о миссии университета, который продолжает оставаться в пределах консьюмеристской логики, когда этика нового образования не включена в базис процесса обучения, а критическое восприятие информации понимается как различение источников по уровню их авторитетности.

Университет на протяжении многих столетий представлял собой общественный гарант, неприкасаемое условие для развития науки и культуры. Путь эволюции от институции при монастырях до мирового университета сделал представление об общественном прогрессе без университета утопичным. В связи с этим возникает необходимость понять, какие реальные медиа-процессы оказали воздействие на положение современного университета? Являются ли медиа реальной альтернативой университетской монополии производства знаний?

Британский социолог Майкл Буравой считает, что университет претерпевает четыре кризиса. Первым является экономический, под которым автор понимает перераспределение источников, формирующих бюджет университета. Так, при отсутствии государственного финансирования возникает необходимость коммерциализировать сам процесс образования, когда преподаватели, имеющие, к примеру, Нобелевскую премию становятся объектами охоты за кадрами для поднятия престижа университета, появляются ангажированные научные исследования, результаты которых определены интересами той компании, которая их финансировала. Ученым становится необходимо поддерживать свой академический рейтинг, что влечет за собой поспешные, небесспорные результаты, которые преподносятся как научные открытия для увеличения цитирования. Вся

университетская среда оказывается поляризована: университеты топовых позиций и рейтингов продолжают наращивать собственные показатели, а те, которые не способны привлечь финансирование, поднять свой престиж, оказываются в ситуации, когда имея формально низкие научно-исследовательские результаты, ориентируются главным образом на достижение самоокупаемости за счет подорожания образовательных услуг.

Вторым кризисом, по мнению М.Буравого, является утрата университетом легитимности как источника, производящего общественное благо. Это обусловлено тем, что в условиях коммерциализации и ориентированности на потребительские запросы из задач университета ушел контроль над уровнем получаемого образования и, как отмечает автор, это обусловило необходимость введения директивных мер контроля над качеством полученных студентами знаний, что является, по мнению автора схожим с моделью советского планирования [2].

Следующим кризисом современного университета является кризис идентичности. Университет продолжает функционировать как автономная структура, но вместе с этим он экономически зависим от государства и рыночных структур. Информационное общество требует открытости и подотчетности, а политическая ангажированность и рыночные интересы не позволяют свободно обмениваться данными научных исследований.

В качестве последнего автор обозначает кризис управления, когда происходит увеличение административного обслуживания университета, соответственно это приводит к увеличению расходов, что является причиной конфликтных ситуаций. Так М.Буравой приводит в пример университет Виржинии, где президента университета Терезу Салливан уволила администрация из-за низкого уровня предпринимательской эффективности университета, это вызвало волну протеста со стороны преподавателей и студентов, что позволило ей вернуть президентский пост.

Парадоксально, как отмечает американских исследователь Ф.Альтбах[1], с 2000 года количество учащихся в университетах увеличилось

со ста миллионов до более ста пятидесяти миллионов[4] и продолжает увеличиваться, так как получение образования в университете дает студентам иллюзию успешной интеграции в мировое экономическое производство.

Перед университетами XXI века ставится задача стать сетевыми онлайн-хабами, интегрирующими и распространяющими знания. Создаваемая ими обучающая среда необходимо охватывает индустрию, бизнес-организации, профессиональных экспертов, университетских исследователей. Она динамична по своей природе, а ее эволюция чутко реагирует на внешние и внутренние изменения. В этом случае университеты уже не могут позиционировать себя в роли привратников знаний. Необходимо осознать, что в условиях современного цифрового общества они должны активно выстраивать партнерские отношения с отраслевыми бизнес-партнерами, организациями, образовательными провайдерами, другими университетами.

Университет цифровой эпохи – это мета-университет, обладающий расширенными возможностями, он представляет собой общественно ориентированную систему онлайн-платформ, посредством которых наиболее актуальное знание (индустриальное и теоретическое) перенаправляется обучающимся в наиболее эффективном и доступном режиме. Здесь отдельные участники и группы совместно работают над созданием и поддержкой альтернативной цифровой коммуникационной инфраструктуры, позволяющей создавать альтернативные цифровые платформы (пространства).

Литература

1. Altbach, P.G. (2011). The Past, Present, and Future of the Research University. In P. Altbach & J. Salmi (Eds.), *The Road to Academic Excellence: The Making of World-Class Research Universities* edited by Philip G. Altbach and Jamil Salmi. Washington, DC: World Bank, 2011. 363 p.

2. Burawoy, M. (2012). The Public University – A Battleground for Real Utopias. Work in progress <https://www.ssc.wisc.edu/~wright/ASA/>.
3. Manovich, L. Software Takes Command, New York: Bloomsbury Academic, 2013, 357 p.
4. OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development). 2008. Higher Education to 2030. Vol. 1 of Demography. Paris: OECD.
5. Эко У. Глаза Дуче. El Pais. 26.01.2004. Режим дотупа: <https://inosmi.ru/world/20040128/205799.html>
6. Эко У. Э. 40 Полный назад! «Горячие войны» и популизм в СМИ /Умберто Эко; [пер. с итал. Е. Костюкович]. — М: Эксмо, 2007. — 592 с.

2.6. Потенциал интеграции современного университета в глобальное новомедийное образовательное пространство (на примере КФУ)

По мере развития процесса дигитализации, зависимость субъекта от форм медиа порождает ряд социальных последствий, среди которых наиболее существенным является необходимость изменений в сфере образования. Современная культура, которую можно обозначить как медиацентричную, имеет множество концептуальных обозначений. Так, американский философ Э.Торффлер определяет такую культурную стадию как общество «третьей волны», социолог Д.Белл маркирует это общество как постиндустриальное, канадский теоретик медиа М.Маклюэн использует метафору «глобальной деревни», социологи М. Кастельс и П.Друкер «информационное общество». Все эти подходы объединяет исследовательская интуиция о формировании глобального социального пространства, в котором доминирующим началом выступает открытый обмен информацией посредством медиа.

Глобальный мир подразумевает отсутствие географических ограничений, в сфере образования это находит отражение в том, что классическая парадигма образовательного процесса доцифровой эпохи претерпевает значительные трансформации. Сетевые медиаплатформы

изменяют само понимание грамотности и организацию процесса обучения. Условием модернизации образования становится анализ опыта нового («цифрового») поколения обучающихся. Можно говорить о становлении такого феномена как медиапедагогика, однако на наш взгляд, медиапедагогика как часть образовательного процесса представляет собой не отраслевое, а системообразующее явление.

Согласование цели высшего образования и медиа-парадигмы не означает редукцию к технологическому детерминизму, при этом социальная значимость цифровых медиа для когнитивного поиска современного человека является неоспоримой. В свою очередь университеты на сегодняшний день заинтересованы в увеличении рейтинга доверия у абитуриентов и студентов. Так, Казанский федеральный университет имеет страницы в социальных сетях «ВКонтакте», «Instagram», «Facebook», «YouTube», наибольшее количество подписчиков (порядка тридцатидесяти тысяч человек) в «ВКонтакте». Ректор университета ведет аккаунт «Instagram», мероприятия университета и кампуса имеют информационное освещение как на канале «YouTube», так и на университетском телевизионном канале. Студенты имеют возможность пользоваться бесплатным Wi-Fi, университетские корпуса оснащаются мультимедийными аудиториями, университет имеет свою платформу для взаимодействия профессорско-преподавательского состава и учащихся. Это позволяет утверждать, что Казанский федеральный университет позиционирует себя как активного участника новомедийного образовательного пространства. Как отмечают исследователи Р.Мейсон и Ф. Ренни «общие пространства сообщества и межгрупповой коммуникации являются важной частью того, что волнует молодых людей, следовательно должны способствовать (их) настойчивости и мотивации учиться» [3, 199] Канадский исследователь Дж.Сименс, что обучение может быть понято с точки зрения способности людей получать больше знаний через социальные сети, а не апелляции к индивидуальному накоплению предшествующего знания в терминах того, что в настоящее время еще не известно [4]. Мы

считаем, что с учетом влияния медиакультуры на образование, оно может быть сведено к трем наиболее важным аспектам.

Семиотический аспект. Сегодня становится необходимым аутентичное понимание той знаковой системы, которая создается в медиакультурном пространстве. Французский философ Р.Барт утверждает, что семиотика призвана оспаривать естественность сообщения [1]. Семиотика как элемент образовательного процесса реализуется через осмысление отраженной (преобразованной) информации, установление источников медиаконтента и информационного контекста. В качестве примера можно привести ситуацию с популярным американским блогером Логаном Полом, который снимал видео для своего «YouTube»-канала в лесу самоубийств в Японии. В контексте серии видеороликов его канала это видео имело развлекательный характер и было ориентировано на получение большого количества просмотров. В этом видео он дает свою оценку самоубийствам, утверждает, что самоубийство недопустимо, однако, так как на заставке видеоролика был использован труп самоубийцы для привлечения зрителей. Однако сами пользователи смогли обнаружить разницу между знаком и означаемым – пожаловались на видео, после чего руководители видеоплатформы заблокировали его.

Культурологический аспект. Отечественный исследователь В.В.Савчук отмечает, что у современного человека есть возможность в любое время и в любом количестве получать информацию [5, 110]. Современные реципиенты медиаканалов не только имеют свободный доступ к неограниченному объему данных, но и выбирают типы представленности информации: тексты, видео, аудио. Американский писатель Н. Карр [2] описывает поколение медиа-аборигенов, используя метафоры «сборщики в лесу цифровых данных». Становится важным учитывать, что разные люди могут отдавать предпочтение одному из типов представления информации, и быть менее заинтересованы в том формате, который используется в образовательном процессе. Это влечет необходимость многотипового образования. Однако пока для современного

университета остается характерна легитимность преимущественно текстового типа оформления академических работ.

В качестве третьего аспекта, на наш взгляд, можно выделить аксиологический. Академические работы сегодня выполняются с использованием сети Интернет и компьютерной техники. Вместе с этим в высшей школе зачастую сохраняется противопоставление процесса обучения пребыванию в сети, поскольку в оценках этого пребывания звучат негативные коннотации. Однако мы считаем, что социальные сети, определяют и стратегию когнитивного поиска пользователей. Так, сложная процедура оформления ссылок на источники нуждается в упрощении, так как является атавизмом доцифровой эпохи, когда было невозможно обратиться к поисковой системе и найти ссылку в свободном доступе.

Иными словами, это можно видеть и на примере Казанского федерального университета, университет на современной стадии развития медиадихотомичен. При наличии условий для цифровых коммуникаций, студенты создают свои проекты посредством традиционных академических форм и методов, которые остаются неизменными на протяжении десятилетий. Акцент делается на сохранении консервативной парадигмы образования, оценивается способность учащихся пассивно воспринимать информацию, посещать лекции, соблюдать правила стандартов оформления исследовательских работ, в противоположность стимулированию навыков самостоятельной активности поиска информации, производства новых знаний, использования альтернативных форматов представления информации.

Литература

1. Barthes, R. *Mythologies*. 1st ed. New York: Farrar, Straus and Giroux, 1972, 160 p.

2. Carr N. The Web Shatters Focus, Rewires Brains [Electronic resource]: <https://www.wired.com/2010/05/ff-nicholas-carr/>
3. Mason R. and Rennie, F. Using web 2.0 for learning in the community Internet and Higher Education, 10, pp. 196–203, 2007.
4. Siemens G. Connectivism: a learning theory for the digital age, 2004, [Electronic resource]: www.elearnspace.org/Articles/connectivism.htm.
5. Савчук В.В. Медиафилософия. Приступ реальности/ В.В.Савчук. - СПб.: Издательство РХГА, 2014. - 350 с.

2.7. Университет цифровой формации: проблема гносеологической навигации

Тезис о том, что современный университет находится в кризисе, нуждается в уточнении - кризис какого рода переживает университет сегодня? В каждую историческую эпоху научно-техническим прорывам сопутствовали кризисы систем взаимодействия: появление железной дороги, авиации, телефона фактически аннулировали необходимость средств передвижения и способов общения, которые использовались ранее, но самым важным является то, что эти изменения перевернули онтологию восприятия человека.

Одной из сторон кризиса современного университета является противоречие между идентичностью классического гумбольдтского университета и тем, чем должен руководствоваться современный университет, чтобы соответствовать новым экономическим факторам, таким как интеллектуальный и цифровой капитал. Безусловно, проблемы современной высшей школы имеют огромное множество локальных интерпретаций, однако несоответствие формы знаний, произведенных университетом и транслируемых студентам типу гносеологической навигации в обществе цифровой формации, на наш взгляд, выступает основой парадокса современной высшей школы, когда возникает обесценивание университета как социокультурного феномена.

Иными словами проблема преодоления стагнации современного университета лежит в иной плоскости, чем проблема трансформации средневекового университета в гумбольдтский университет, имеющего научно-исследовательскую ориентацию. Тогда темпы увеличения информации не были столь стремительными и прирост знаний не являлся главной целью существования университета. В меморандуме 1810 года "О внутренней и внешней организации высших научных заведений в Берлине" автор канонических принципов исследовательского университета немецкий филолог Вильгельм фон Гумбольдт, представил новое понимание основ университета, среди которых автономность от государственного контроля и единство образовательного процесса и научных исследований (принцип не учитель для ученика, а они оба для науки). Именно эту модель университета принято считать классической. Кроме вышеупомянутых принципов необходимо отметить роль исследователя, ценность его индивидуального вклада, безусловная ценность нового знания, открытый и свободный обмен информацией. На наш взгляд, основное отличие кризиса современного университета от состояния университета, который был до появления университета Гумбольдта, это невозможность отвечать на вызовы общества цифровой формации.

Впервые в истории университет как научно-исследовательская единица и образовательный центр оказался за скобками экономического развития, происходит утрата академической ценности, как отмечает М.Д.Щелкунов, развитие экономики знаний влечет за собой "изменение места и роли традиционных субъектов, действующих в образовательном пространстве" [2]. Для университетов, имеющих государственное финансирование, основной ролью оказывается формирование у учащихся определенной социально-политической позиции, для массовых частных университетов основным становится удовлетворение консьюмеристского запроса на документ, подтверждающий наличие высшего образования.

Прагматическая оценка существующего запроса мирового рынка задает вектор развития университета в направлении "глобального образования", что влечет за собой кардинальное изменение академического ландшафта. Научно-исследовательский университет, равно как и университет, ориентированный только на образовательную деятельность, оказывается перед необходимостью быть глобальным, конкурировать не только с университетами одного региона, но и соответствовать глобальным требованиям. Ученый и преподаватель как субъекты классического университета утрачивают ценность, которой они традиционно обладали. Отныне подлинными носителями новых знаний являются библиотеки формата Big Data (виртуальные платформы, содержащие большие объемы информации).

Рост объемов информации в Интернете и скорость этого процесса выступает фактором уменьшения цикла функционирования знания в обществе, кроме этого большое количество источников информации снижает их ценность. Представление об университете как храме науки, которое отстаивал испанский философ Х.Ортега-и-Гассет [1] сегодня оказалось несостоятельным. Осуществляя поиск в сети, пользователь не ориентируется на высокоцитируемые научные статьи ведущих университетов, он получает информацию из первых источников, которые выпадают в поисковых системах при запросе. Из этих маргинальных источников информации формируется корпус актуальных каналов знаний [4], например, Wikipedia и Citizendium.

Идеал университета - "мультиуниверситет", предложенный во второй половине XX века американским экономистом К.Керром, представляет собой модель, когда университет охватывает множество обязанностей, при сохранении основной цели - производство "невидимого продукта", то есть новых знаний [3]. При этом президент университета должен выступать менеджером и продавать этот продукт, что соответствует современному положению университета на рынке услуг. Это видение Керром университета подвергалось критике, так американский теоретик образования Р.Хатчинс сравнил мультиуниверситет со станцией технического обслуживания

гоночных машин [5]. Однако, на наш взгляд, эта модель содержит в себе потенциал для разрешения ситуации, в которой университет воспринимается как атавизм, элемент общества эпохи старых медиа.

Итак, университет в том виде, каким он существовал еще в начале XX века имел закрытую структуру воспроизводства знаний, то есть только поступая в него человек мог приобщиться к знанию и начать научную деятельность. Такой порядок можно обозначить как капсульный. Количество студентов, ориентированных на получение знаний значительно ниже тех, кто будет вести научные исследования. Гипотеза о "конце университета" сегодня кажется бесосновной, однако фактор Интернета, который требует от высшей школы эффективного разрешения ее внутренних противоречий, техничности и скорости академической реакции, делает необходимым пересмотреть детерминанты академической работы.

Литература

1. Ортега-и-Гассет, Х. Миссия университета / пер. с исп. М. Н. Голубевой, А. М. Корбута. М., 2010. – 144 с.
2. Щелкунов, М. Д. Государство и университет: модернизация по-русски/ М.Д.Щелкунов // ВЭПС. 2012. №2. С.242-247.
3. Kerr, C. The Uses of the University / C. Kerr. – N. Y. : Harper and Row Publ., 1982. – 204 p.
4. Kittur, A., Chi, E. H., Suh, B. (2008). Crowdsourcing user studies with Mechanical Turk/ A.Kittur, E.H. Chi, B. Suh// A In Proceeding of the twenty-sixth annual SIGCHI conference on Human factors in computing systems. P.453-456.
5. Soo, Mary, and Cathryn Carson. Managing the research university: Clark Kerr and the University of California/ M.Soo, C.Carson// Minerva, 42 (2004): P. 215-236.

2.8. Кризис университетской образовательной практики: вызовы новомедийной среды

Одной из ключевых проблем современности является проблема обесценивания знания. Влияние цифровой среды, которое испытывает на себе практика образовательной деятельности, актуализирует вопрос о возможности сохранения за университетом его классического предназначения.

На сегодняшний день очевидным фактом является появление нового типа восприятия, передачи и хранению информации. Можно утверждать, что вместе с этим трансформируется содержание антиномии "знание - незнание". "Мы наблюдаем то, что сейчас называется Google-эффект [...] В 2011 году был проведен эксперимент, опубликованный в журнале Science: было доказано, что студенты, которые имеют постоянный и быстрый доступ к компьютеру (а сейчас это подавляющее большинство), могут запоминать гораздо меньшее количество информации, чем те, кто был студентом до этой эры. Это значит, что мозг с тех времен изменился. [...] Сейчас все идет к тому, что он становится придатком к компьютеру"[1].

Формируется тренд цифрового кочевничества, который становится символом нового образа жизни и отличается отсутствием пространственных и временных ограничений. Благодаря прогрессу мобильных интеллектуальных устройств и высокоскоростных сетей связи человек преодолевает рестрикции, которые традиционно накладывались местом и временем.

Цифровой кочевник – это, по сути, постмодернистский субъект, стремящийся освободиться от аутентичной, фиксированной, укоренившейся идентичности. Кочевник призван преодолеть оседлое мышление о предметах и идентичностях, а вместе с тем и сущностно фиксированное бытие. Для кочевника дом всегда мобилен, он доступен повсюду. Его дом везде, но без какой-либо фиксированной локальности.

Американский исследователь Д.Мейровиц отмечает размывание границ между социальными ролями и социальными ситуациями в нынешнем веке. «Ключевой особенностью электронной эры является то, что большинство физических, социальных, культурных, политических, экономических границ стали более пористыми, иногда вплоть до функционального исчезновения» [2]. Для Д.Мейровица цифровой кочевник организует социальные отношения не стратифицированными и несегрегативными способами.

Теоретик социального движения М.Кастельс обращает внимание на такую особенность современных социальных движений как их параллельное существование в гибридном пространственно-временном континууме: с одной стороны, это городское «пространство места», а с другой, цифровое «пространство потоков». Это позволяет мобилизовать дискретные гражданские сети для общения, обучения на ранее недостижимом уровне [3, p.17].

В этой связи актуальной становится концепция радикального цифрового гражданства, которая противостоит инструментальным концепциям цифровой грамотности, которые сводят цифровое гражданство к простому приобретению навыков навигации по цифровому миру. Британские исследователи А.Эмегулу и К.Макгрегор определяют «радикальное цифровое гражданство» как процесс, посредством которого отдельные лица и группы, приверженные социальной справедливости, критически анализируют социальные, политические и экономические последствия цифровых технологий в повседневной жизни и коллективно преднамеренно принимают меры для создания альтернативных и эмансипационных технологий и технологических практик» [4].

Сущность множества взаимодействий и процессов общества, имеющих цифровой подстрочник, остается сегодня до конца не прояснена. Приводя описание такого феномена как цифровое кочевничество, можно сделать заключение, что физическое пространство преодолено. Однако постоянное ускорение действительности и рост объемов информации, на наш взгляд,

остаётся за скобками теории. Понимание современного цифрового общества как общества нового отношения к информации ставит ряд вопросов, среди которых наиболее актуальным является вопрос о влиянии цифрового на когнитивную практику. Иными словами, в эпоху, когда информация становится главной ценностью, а необходимость знания подменяется количеством цифровых каналов, к которым обращается пользователь, можно ли утверждать, что быть образованным теперь означает быть реципиентом глобальной информационной цифровой среды?

Классическим агентом обработки информации и производства нового знания является университет. Первая эпоха университетской истории приходится на Средневековье. В этот исторический период университет характеризуется приматом идеи богопознания, что в данную эпоху было тождественно познанию истины. Приближение к истине было возможно осуществить только через изучение священных текстов. Соответственно сама структура средневекового университета выстраивалась вокруг идеи о понимании текстов через интерпретацию. Изучение грамматики, логики, теологии, риторики было воплощением идеи "universitas", то есть схватывание и понимание мира в качестве целого. Из этого можно сделать заключение о том, что признаком средневекового университета является отсутствие дифференцированности его целей. Университет данной исторической эпохи имел асимметрию исследовательской и образовательной деятельности. Тексточентричность и отсутствие практики — вот те рамки, которые определяли границы возможного знания. Можно утверждать, что содержание средневекового университетского образования и идея университета как места, где постигается универсум, прекратило существование со становлением нововременного университета.

Первым нововременным университетом является открытый в 1794 году *École Polytechnique* во Франции. Открытие технологического университета свидетельствует о ситуации, когда на смену теоцентричной модели приходит антропоцентризм, который выражается в изменении отношения к миру:

человек становится в центр мира и его отношение к нему становится технологическим. Необходимость изучения прикладных задач обусловило важность научно-исследовательской практики. Абсолютность гуманитарной ориентации и авторитетность средневекового университета не может существовать на новом фундаменте высшего образования, когда механическая передача знания становится невозможной. Принципиальная роль в создании новой парадигмы образования принадлежит немецкому министру образования В. фон Гумбольдту. По утверждению французского философа Ж.-Ф.Лиотара модель гумбольдтского университета "состоит не только в приобретении индивидами знаний, но и в формировании полностью легитимного субъекта познания и общества" [5, с.82]. Итак, университет Гумбольдта есть культурное явление, в основе которого находится переоценка утилитарности знания, признается важность как эмпирического, так и теоретического познания, а также важность гуманитарного образования для полноценной личности. Совокупность этих принципов впоследствии стала пониматься как "идеальный" или "классический" тип университета.

Однако модель "идеального" университета в современной социокультурной ситуации оказалась несостоятельной. Главной характеристикой происходящих трансформаций становится переход от элитарности университетского образования к массовому или всеобщему. Иными словами университет сегодня это то, что продается на рынке и пользуется высоким спросом. Перед университетами возникает необходимость стандартизации и соответствия требованиям рейтингов, чтобы иметь возможность участвовать в конкурентной борьбе. Следствием этого оказывается возникновение ситуации производства дипломов, но не знаний, что приводит к инфляции университетского образования. Современный университет автономен, но не может не ориентироваться на запросы масс, идея об универсальности университетского образования на практике оказывается не реализуема. У студента нет возможности получать знания свободно перемещаясь из одного структурного подразделения в другое. Он

имеет жесткую специализацию при зачислении, кроме того, срок обучения дифференцируется, каждый этап (бакалавриат, магистратура, аспирантура) имеет тенденцию к сокращению академических часов на каждом этапе. Студенческие научные работы не обладают эвристическим содержанием или зачастую представляют собой компиляцию.

Научная деятельность современных университетов, чтобы считаться легитимной должна приносить научные достижения (научные премии) для увеличения престижа университета или работать на самоокупаемость заведения. Мы можем констатировать закономерность, что всеобщность университетского образования привела к снижению интеллектуального стандарта. Знания, которые транслируются студентам, открыты (то есть находятся в свободном доступе в Сети), а значит, весь процесс их передачи есть только ритуал, соблюдение которого является необходимым условием для получения диплома. Ограничение свободного доступа к новым обнаруженным фактам, осуществляемым экспериментам и их результатам оказывается единственной возможностью академических интеллектуалов продолжать существовать в пространстве академической науки.

Подытоживая, следует акцентировать внимание на том, что современный университет подвержен влиянию рынка высшего образования, что изменило этос университета. Образование оказалось в статусе услуги, университет тождественен физическому зданию, образованность наличию диплома. Функции накопления знаний и их трансляции не представляют для цифрового кочевника когнитивной ценности. То, что по традиции называется университетом, на самом деле совокупность самостоятельных структурных единиц, удаление любой из них не скажется на научном и образовательном результате остальных.

Когда в качестве абсолюта берется понимание университета существовавшего в тех социокультурных условиях, которые невозможно воссоздать не только по причинам иного экономического, политического, но и эпистемологического характера, то возникает ситуация кризиса. Однако, по

нашему мнению, природа этого кризиса фактически является номинальной. В качестве возможного способа разрешения кризиса современного университета, можно предложить дигитальную модель университета, которая не будет зависеть от местонахождения студентов и преподавателей. В качестве главной цели этого университета будет выступать образование, но за счет возможности постоянного восполнения лекционных ресурсов знания, которые смогут получать студенты (от базовых до содержащих самые актуальные научные гипотезы и теории). В такой модели образовательной практики исследования будут проводиться внутри профильных институтов, а полученные данные будут представлены в качестве университетского достояния. Итак, дигитальный университет, это система объединенных институтских сетей. Иными словами, продуктивная модель университета, это цифровой университет, структурная организация которого аналогична сети Интернет.

Литература

1. Гусарова, Ю. Татьяна Черниговская: «За существование гениев человечество платит огромную цену» [Электронный ресурс] / Ю. Гусарова. – URL: <https://snob.ru/selected/entry/99460?preview=print> (дата обращения: 02.09.2017)
2. Meyrowitz, J. Global Nomads in the Digital Veldt / J.Meyrowitz// Mobile communication: essays on cognition and community.– Vienna: Passagen Verlag, 2003.– P. 91-102.
3. Castells, M. Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age/ M. Castells. – Cambridge: Polity, 2012. – 328p.
4. Emejulu, A., McGregor, C. Towards a radical digital citizenship in digital education/ A. Emejulu, C. McGregor // Critical Studies in Education. –URL: <http://dx.doi.org/10.1080/17508487.2016.1234494> (дата обращения: 02.09.2017).

5. Лиотар, Ж.-Ф. Состояние посмодерна /Ж.-Ф. Лиотар. – Алатейя, 2016. – 160 с.

2.9. Темнократия современных университетов: горизонты будущего

Французский философ Ж.Деррида в работе «Университет без условий» предлагает одноименную с названием публикации концепцию современного университета. Университет, по мнению философа: «исповедует истину, и это его профессия. Он заявляет и обещает безграничную приверженность истине» [1, с.202]. Далее Деррида ограничивается комментарием, что вопрос о понимании истины слишком обширен, но главным является тот факт, что все дискуссии о ценности истины происходят исключительно на гуманитарных факультетах. Кроме того, он упоминает, что для эпохи Просвещения вопрос об истине всегда был связан с вопросом о человеке и гуманизме. Конечно, этот абсолютно свободный университет может существовать только как модель, предел в критическом рассуждении об университете, результат осуществленной деконструкции.

Ж.Деррида пишет о положении гуманитарных наук как о заложнике факультетов прикладных наук, которые наиболее интересны инвесторам и могут подстроиться под запросы рынка. Философ фиксирует появление новой мутации: по его мнению, она является следствием нового технологического технического этапа – виртуализации (оцифровки) и заключается в изменении характера университетской работы, делокализации, растворении дисциплинарных границ, мест взаимодействия, дестабилизации университетской среды.

Деррида предсказывает рост безработицы профессоров в области гуманитарных наук, маргинализации преподавателей, работающих неполный рабочий день, а одной из задач гуманитарных наук в ближайшем будущем, на его взгляд, станет вечное обращение к рефлексии собственной истории.

Профессор Технологического университета Сиднея и бизнес-школы Касса Лондонского университета Питер Флеминг исследует разные аспекты проявления современного капитализма в статьях The Guardian и в своих книгах, направленных на широкую читательскую аудиторию. В 2021 году была опубликована книга этого исследователя с достаточно претенциозным названием «Dark Academia: How Universities Die» («Темная академия: как умирают университеты») [2].

Как исследователь в области управления, Флеминг отмечает переход от принципов коллегиальности в управлении университетов к системе жесткого менеджмента, когда абстрактный (примечание: вне контекста теории К.Маркса) академический труд, который не корректируется посредством стимулов и санкций, релевантных производству материальной продукции, логике сферы услуг, оказывается под воздействием идеологии консьюмеризма, что порождает хаос внутри системы и превращает университет в «чокнутую академию» [3].

Закономерным итогом становится трансформация отношений между профессорско-преподавательским составом и студентами, которые в парадигме бизнесификации университета начинают интерпретировать свою оплату за обучение как выполнение половины сделки, следовательно, ответственность за эффективность учебного процесса, которая понимается как вторая половина сделки, становится исключительно прерогативой университета. Выполнение заданий студенты рассматривают как очередную покупку: как при большой покупке клиент расположен к совершению дополнительных трат, так и студенты, потратившие значительные суммы на образование, могут позволить себе пользоваться услугами «фабрик домашних работ».

После подробного описания трудностей подражания университета корпорации, П.Флеминг переходит от «темных» к «черным» сторонам современных университетов, имеющих высокие рейтинги. Рыночный индивидуализм, который сегодня для академического сообщества является

новым вызовом – необходимость адаптироваться под запросы студентов, переходить на индивидуальные образовательные планы, делать систему образования более гибкой, в пределе становится одной из причин дегуманизации. Автор приводит пример, демонстрирующий практику невмешательства в личную жизнь, и максимальной дистанцированности друг от друга всех акторов образовательного процесса, - смерть девятнадцатилетнего студента в общежитии кампуса Кентерберийского университета, тело которого разлагалось на кровати около месяца, пока запах не стал распространяться по остальным комнатам [2, с.83]. Поскольку посещение занятий перестало быть обязательным требованием, а студенты имеют индивидуальные траектории образования, одновременно возрастает степень риска отсутствия социальных связей: даже смерть за стенкой остается под охраной парадигмы невмешательства. Исследователь акцентирует внимание на статистике самоубийств в университетах, так за несколько лет в Бристольском университете произошло 13 самоубийств студентов, 7 студенческих самоубийств за год в Колумбийском университете, самоубийство психолога Пенсильванского университета, в чьи рабочие обязанности входило предотвращение актов суицида среди учащихся и так далее [2, с.88]. Подобные ситуации свидетельствуют о том, что проводимая университетами политика встраивания университетского образования в систему рыночных отношений оборачивается серьезным дефицитом традиционных университетских ценностей, которые выступали его идейным фундаментом. Современные акторы университетской среды сталкиваются с дефицитом академических свобод, доверия, взаимной заботы и участия. В логике рынка всё это становится рудиментарными моментами, которые невозможно напрямую коммерциализировать.

Дисфункциональные проявления современного университета, о которых пишет П.Флеминг, - есть результат радикального отчуждения педагога и студента от образования, вместо них первоначальное значение получают функции, которые они выполняют. Эти последствия слепого подчинения

логике капитала обуславливают потребность в новой логике гуманитарных исследований, когда от оплакивания университетских руин современные представители гуманитарных наук необходимо должны перейти к целеполаганию университета будущего.

Литература

1. Derrida, J., & Kamuf, P. (2002). Without alibi. Stanford University Press, 202-238.
2. Fleming, P. (2021). Dark academia how universities die. Pluto Press.
3. Hill, R. (2012). Whackademia: An insider's account of the troubled university. NewSouth.

2.10. Медиа в эпоху искусственного интеллекта

29 марта 2023 года на сайте некоммерческой организации Future of Life Institute (Институт будущего жизни) было опубликовано открытое письмо «Pause Giant AI Experiments: An Open Letter» («Приостановить гигантские эксперименты с искусственным интеллектом: открытое письмо»), которое на момент написания этой статьи подписали 1784 человека. Среди подписавших множество публичных деятелей науки и бизнеса: Илон Маск, Юваль Ной Харари, Стив Возняк и другие. Подписавшие призывают лаборатории, разрабатывающие искусственный интеллект заморозить разработки на период не менее 6 месяцев, чтобы создать протоколы безопасности и контроля.

На самом деле это открытое письмо - свидетельство того факта, что точка невозврата оказалась преодолена и невозможно согласиться с тем, что компании, которые заинтересованы в извлечении прибыли от использования технологий, в основе которых лежит AI будут по собственной воле накладывать на себя моратории.

Американский философ Н.Хомский совместно с лингвистом Я.Робертсоном, и директором по развитию искусственного интеллекта Oceanit Дж. Уотумаллом в своем эссе для The New York Times выступают с более оптимистичной позицией, в соответствии с которой, - искусственный интеллект не представляет собой серьезную угрозу человеку. Согласно их мнению, в рамках лингвистики и философии познания доказано, что искусственный интеллект несопоставим с тем, как рассуждает и использует язык человек: «человеческий разум — удивительно эффективная и даже элегантная система, оперирующая небольшими объемами информации; он стремится не выводить грубые корреляции между точками данных, а создавать объяснения» (пер.П.К.) [1] Программы наподобие ChatGPT будут развиваться в своей траектории, поскольку их когнитивное развитие находится в нечеловеческом измерении. Авторы считают, что главный недостаток AI является неспособность «говорить не только о том, что есть на самом деле, что было и что будет — это описание и предсказание, — но и о том, что не так, и что могло бы быть, а чего не может быть».

Каждое медиа, начиная с телеграфа, рассматривалось как источник вредного воздействия. Телефоны делают частную жизнь доступной для прослушивания, кинофильмы оказывают на зрителя избыточное эмоциональное воздействие, а герои могут развращать своим негативным примером, комиксы убивают навык чтения, телевидение вредно для зрения и угнетает когнитивные способности детей, интернет лишает человека концентрации внимания и.т.д. Страх перед новыми медиа созвучен страху перед железной дорогой американского писателя Генри Дэвида Торо – «Не мы едем по железной дороге, а она — по нашим телам» [2, с.110]

Концепция прецессии симулякров философа Ж. Бодрийера представляет собой драму смены версий реальности и совпадает с трехактным делением истории человечества на премодерн-модерн-постмодерн. При этом для премодерна характерно принятие одной версии реальности – религиозной, а все медиа этого этапа (музыка, живопись, литература и т.д.) имеют

аутентичную репрезентацию, тесно связаны с фундаментальной реальностью. Модерн знаменуется становлением массовых медиа, фрагментации религии, появления множественных версий реальности, когда уровень связи с реальностью начинает снижаться. Постмодерн, благодаря дальнейшему развитию медиа, совпадает с наступлением эпохи гиперреальности, когда возникает разрыв между фундаментальной реальностью, универсальными значениями и бесконечными множествами симуляций отражения реальности. Кроме этого, закономерным становится размывание границ между фактом и фейком, а информационные вихри гарантируют зрителям молниеносную смену новостных нарративов, легкость восприятия и невозможность приблизиться к реальному.

Реальный мир, подлинность становятся самым желанными объектами современной аудитории. Растет интерес к реалити-шоу, документальным фильмам, байопикам (biographical picture «биографическая картина»), где слоган «основано на реальных событиях» становится свидетельством связи с подлинным, хотя при этом, - истории маньяков, шоу про беременных подростков укладываются в выверенные телевизионным бизнесом сценарии.

Согласно М.Маклюэну, мир, где телевидение является главным видом медиа, значительно отличается от мира до-телевизионной эры, однако его теория сегодня не способна объяснить весь спектр трансформаций: каждое значимое историческое событие или следствие несет на себе отпечаток множества разных причин: экономические, политические, культурные, социальные. В серии футуристических открыток французского художника Жана-Марка Коте (1899-1910) есть сюжет «В школе», на нем изображены школьники в 2000 году, сидящие за партами с подобием наушников на голове, подключенными к устройству по переработке бумажных книг в электронный вид, на который учитель активно загружает бумажные книги. Из реальности начала XX будущее представлялось, согласно технологическому детерминизму, таким, каким будут позволять развитие технологий. Пандемия Covid-19 действительно актуализировала технологические возможности

образовательных организаций разного уровня, однако онлайн-занятия, асинхронные выполнения заданий на сегодняшний день используются только в рамках поддержания инклюзивности образовательного процесса и не получили статус всеобщей нормы.

Также нельзя не отметить, что новые медиа, изменяющие способы потребления информации, способы коммуникации не означают тотальный отказ от предыдущих форматов. Читатель может выбрать прочитать бумажную книгу, послушать аудиокнигу, почитать электронную книгу, может иметь одно и то же произведение в разных форматах и не останавливать чтение, меняя места пребывания и характер занятости.

Появление доступного для пользователей AI создает ситуацию неконтролируемого применения, когда каждое использование может иметь непредсказуемое негативное или положительное следствие, однако можно предположить, что последующая интеграция AI в когнитивные практики приведет к возникновению этических ограничителей, что позволит вывести взаимодействие с подобными ChatGPT программами на качественно новый уровень.

Литература

1. Chomsky, N., Roberts, I., Watumull, J. (2023). The false promise of ChatGPT. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2023/03/08/opinion/noam-chomsky-chatgpt-ai.html?smid=url-share>.
2. Торо Г.Д. Уолден, или Жизнь в лесу. - М., 1979. – 455 с.

Глава 3. СОЦИАЛЬНАЯ И АНТРОПОЛОГИЧЕСКАЯ ДИНАМИКА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

3.1. Социальное становление гражданина в цифровой образовательной среде

Актуальные проблемы современного высшего образования сопряжены с рядом трансформаций, которые являются следствием процесса тотальной дигитализации взаимодействия с информацией, что «порождает небывалые возможности и риски» [1]. В самом широком смысле под дигитализацией можно понимать совокупность технических и технологических факторов, освобождающих человека от детерминированности несовершенством органов познания, географических расстояний и пр. Живое переживание современности не позволяет разделить в целом фантастические идеи об усовершенствовании человеческой памяти компьютерными чипами, о поднятии общего уровня интеллектуального развития с помощью дигитализации самого процесса мышления, о чем в частности рассуждается в британском сериале «Черное зеркало». Однако активное развитие киберпротезирования не позволяет нам маркировать эти идеи как наивные.

Восприятие цифрового опыта как практики негации всей предшествующей традиции возникло в качестве социального конструкта, когда в 1980-ых годах появилось такое направление как киберпанк. Слепое следование за технологией стало новым смыслом, идеей цивилизации, когда вновь актуализировался тезис К.Маркса из «Восемнадцатого брюмера Луи Бонапарта»: «Традиции всех мертвых поколений тяготеют как кошмар над умами живых» [2, с. 119] Начинается эпоха новой цифровой истории, когда цифровые артефакты становятся тем, что отражает основные смысловые скрепы человеческой жизни.

Действительно, в XXI медиаобразование становится своеобразным трендом, сходным по восприятию с мифом о существовании лекарства от всех болезней, единственном пути преодоления очередного кризиса высшего образования. Нельзя не отметить, что развитие медиаобразования является прямопропорциональным экономическому развитию страны. Как отмечает американский исследователь Д.Баттс [3], такие страны как Австралия, Великобритания, Канада, страны Скандинавии, Франция и Швейцария характеризуются высоким уровнем развития медиаобразования. Здесь

изучение медиа присутствует в школьных программах в качестве обязательного модуля. Среди стран, для которых характерен незначительный объем общественных и государственных инициатив в области развития медиаобразовательных программ Баттс упоминает и Россию. Тем не менее, мы считаем, что на сегодняшний день для всех стран актуализируется проблематика эффективного социального взаимодействия внутри и за пределами университета, опосредованного глубоким проникновением новых медиа в образовательные практики и повседневность.

Использование социальных сетей для образовательных целей выступает в качестве своеобразной рекламы университета. Открытое обращение с информацией делает университет привлекательным для абитуриентов, которые совершают выбор в пользу того учебного заведения, которое наиболее активно присутствует в медиа-пространстве, кроме того, присутствие резидентов университета в социальных сетях создает определенное сообщество и повышает эмоциональную вовлеченность учащихся в университетскую жизнь [4]. Тем самым формируется возможность обратной связи между администрацией и студентами/преподавателями, которые могут получить необходимую информацию без формальных задержек. Внедрение нетворкинга (от англ. net – сеть и to work - работать) как практики создания личной сети знакомств для эффективного решения образовательных и профессиональных задач с использованием социальных сетей в качестве инструмента для обмена опытом, приводит к тому, что размещение преподавателем контента на его публичном аккаунте органично продолжает содержание его образовательных курсов.

Необходимость обучения студентов университета технологическим навыкам эффективного применения современных (цифровых) информационных ресурсов, должна сопровождаться формированием такой личностной компетенции как ответственное их использование в открытом коммуникационном пространстве.

В новомедийной культуре реальностью становится греческая *isegoria* – равное право каждого гражданина говорить и быть услышанным. Однако новые формы социализации, характерные для цифрового пространства, имманентно содержат в себе такую особенность как возникновение цифровых локаций – лимитированных, автономных коммуникационных пространств, в которых современный субъект реализует свою активность, находит комфортные для себя способы самовыражения. При этом он отстраняется от ответственности за рефлексивное, критическое восприятие того контента, который производится в более открытой, гетерогенной цифровой среде, где зачастую аккумулируются широкие общественные процессы.

Подобная тенденция фиксирует сознательное избегание субъектом участия в совместном обсуждении общественно значимых проблем, что в свою очередь затрудняет продвижение ценностей цифрового гражданства. Выход человека в Интернет-пространство запускает его избирательную природу, позволяет удовлетворить индивидуальный когнитивный запрос. В этой ситуации личностная когнитивная система настроена на работу с информацией по требованию, что усугубляет индивидуализацию, погружение в цифровые локации и «застревание» в них. В результате блокируются рефлексивные способности по проверке и оценке разнородной, непредсказуемой информации. В свою очередь это налагает серьезные ограничения на формирование совместного социального опыта демократической природы и создание цифрового гражданства.

Цифровые локации, подобно тюремному заключению изолируют субъекта от огромной, разнородной информационной среды, которая воспринимается им как чужеродная, непонятная, далекая от его непосредственных интересов и интенций.

Цифровая революция, вызвавшая фундаментальные трансформации в способах работы с информацией и коммуникации, открывшая новые когнитивные возможности, может обернуться когнитивной редукцией, если

Интернет станет пространством predetermined, сугубо избирательной, комфортной навигации.

Поощрение и обеспечение свободы в демократическом обществе, уважение к индивидуальному выбору субъекта, необходимо соседствуют с общественными инициативами, образовательными мерами, направленными на ограничение индивидуальной активности по селекции цифрового контента. Индивидуальный подбор информации может негативно сказываться на качестве социальных сетевых взаимодействий, ограничивая выходы на информацию, имеющую общественную значимость, содержащую актуальные общественные запросы и интересы.

Непредвиденные, незапланированные столкновения с новостями и материалами, которые не были изначально выбраны, не попали в поле зрения субъекта в ходе индивидуальной селективной навигации, имеют важное значение для формирования опыта демократических практик. Подобные «встречи» погружают человека в пространство многообразных точек зрения, проблем, вопросов, которые способствуют овладению общечеловеческим знанием и формированию гражданской позиции.

Мультикультурность и информационная гетерогенность являются безусловными ценностями современного общества. Однако их ценность зачастую нивелируется, поскольку они приводят к социальной партикулярности, лимитируют и даже подрывают гражданское участие в обсуждении, решении человеческих и социальных проблем и вопросов. В условиях глобализирующегося общества опасности и риски фрагментированной сетевой коммуникации усугубляются. Необходимо принимать во внимание тот факт, что новый (цифровой) формат социализации способен укреплять и делать более эффективными уже существующие социальные связи и помогать создавать новые. В этой ситуации важно, чтобы пользователь не замыкался на определенной социальной группе единомышленников и тем самым не изолировал себя от общезначимых социальных проблем, которые составляют матрицу общественного интереса.

В этой связи возникает вопрос – как можно снизить риски цифровой изоляции и автономизации субъекта в сетевом пространстве? Какими должны быть образовательные условия, способные обеспечить эволюцию цифровых интеракций до состояния цифрового гражданства?

Прежде всего, в основе образовательной практики должна лежать концепция горизонтальной, интерактивной циркуляции знания, которая может выступать в качестве платформы для более тесных и многообразных связей с публичной социальной сферой. Способом противостоять опасности ограниченного использования социальных сетей, является распространение знания о широкой социальной реальности, которое обогащает мировоззренческий и профессиональный опыт студентов.

Организация учебного процесса должна предусматривать различные формы сетевой активности (к примеру, обсуждение содержания блогов, новостных порталов). Это дает возможность знакомства с различными моделями социальных взаимодействий, идентичностей, способов восприятия и оценки событий, которые содержатся в медиа-дискурсах.

Привлечение к процессу образования как можно большего количества заинтересованных сторон, использование знания других через цифровое пространство, побуждение студенческой активности для взаимодействий, создания коллабораций ведут, в конечном счете, к развитию активного сетевого гражданства.

Гражданское образование в цифровой культуре - это попытка адаптировать новую технологическую среду для коммуникаций, которые открывают людей друг другу, способствуют обнаружению новых горизонтов и областей гражданского участия, и реализации широких социальных интересов.

Литература

1. Баева, Л.В. Электронная культура: опыт философского анализа // Вопросы философии. 2013. № 5. С. 75-83.
2. Маркс, К. Сочинения: в 30 т. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – Изд. 2-е. – М.: Госполитиздат. – Т. 8: [август 1851 – март 1853; подгот. к печати Л. И. Гольманом и Н. Б. Тер-Акопяном]. – 1957. – XXII, 705 с.
3. Butts, D. (1992). Strategies for media education. In C. Bazalgette, E. Bevort, & J. Savino (Eds.), *New directions: Media education worldwide*. London: British Film Institute/Paris: CLEMI, P. 224-229.
4. Toliver, F. (2011). My students will Facebook me but won't keep up with my online course: The challenges of online instruction. *American Communication Journal*, 13(1), P. 59–81.

3.2. Транспарентный медиаландшафт: проблема трансформации социальных практик

Современное общество до начала пандемии в рамках гуманитарного дискурса обозначалось как общество - ризоматичное, потребления, массовое, постиндустриальное, однако именно появление вируса Covid-19 стало своего рода катализатором трансформаций во взаимодействии субъекта с цифрой средой.

С начала XXI века обыватель начинает осознавать нарастание роли сетевых практик. Общественный дискурс насыщается такими понятиями как «лайк», «репост», «твит», за которыми обнаруживаются такие типы социальных практик, которые составляют предмет изучения множества областей социо-гуманитарного знания. Иными словами, появление новых инструментов и новых типов действований обнаруживает некоторое пространство обязанностей, которое долгое время оставалось скрыто от пользователя.

Если ранее, например, внутри академической среды существовала необходимость цифровой представленности, то это порождало непонимание процесса разрешения конфликта между двумя типами пространств: аналоговым (университет) и цифровым (сеть). Поскольку социальные сети в качестве своих атрибутов имеют открытость и интерактивность для пользователей, то кроме охвата более широкой аудитории университет оказывается неспособен обнаружить совпадение границ своей открытости с границами, принятыми в сети. Разница позиций университетской администрации, студентов и преподавателей, порождает противоречия. Так, в качестве примера, можно рассмотреть ситуацию, когда профессор университета Колорадо Уорд Черчилль в 2005 году должен был выступить в колледже Гамильтон, однако это выступление было отменено, потому что несколько сотен человек написали письма с угрозами в адрес колледжа, если Черчилль выступит в нем. Причиной гнева общественности стало эссе, которое было написано профессором несколько лет назад и опубликовано на стороннем сайте, в котором он сравнивает жертв теракта 11 сентября 2001 года с «маленькими Эйхманами», подразумевая, что их существование в стерильной атмосфере башен-близнецов в сравнении с гибнущими детьми в Ираке представляет значительный политический контраст. Администрация колледжа была вынуждена принести извинения и пояснить, что они не знали о данной публикации в момент приглашения. Черчилль был уволен с должности заведующего кафедрой этнических исследований, однако причиной стало расследование его научной деятельности и обнаружение плагиата в научных трудах. Черчилль неоднократно подавал иски в Верховный суд США, настаивая, что он, как представитель коренного населения Америки, стал очередной жертвой, что расследование стало лишь академической мстью за его свободное высказывание. Суд пояснил свое решение тем, что несмотря на Первую поправку к Конституции США о свободе слова: «университет имеет право и обязан обеспечить высокие профессиональные стандарты своих преподавателей» [1]. Противоречие

между репутационными представлениями университета и свободой выражения мнений преподавателей несмотря на вечный спор о необходимой свободе преподавателя актуализируются в ситуации, когда личные оценочные суждения преподавателей оказываются невыгодны университету. Так Канзасский университет принял правила, согласно которым преподаватели и сотрудники университета могут быть уволены за «ненадлежащее использование социальных сетей» [2], которое представляет собой любое комментирование и выражение согласия и поддержки, то есть любое сообщение, которое есть в цифровой форме. Однако эта проблема не так очевидна, как представляется администрации университетов. Медиаландшафт стирает границы между частным и публичным. Степень конфиденциальности на ряде ресурсов присутствует (Facebook, VK и т.д.), однако она не определена и не ограничена. Глобальный опыт дистанционного образования с начала пандемии обнаружил ситуацию, когда преподавателям приходилось буквально впускать студентов в пространство своего дома посредством видеоконференций.

Понятие семинарского и лекционного занятия сегодня оказалось расширено, нет временного совпадения с тем, когда тот или иной студент приступит к выполнению задания или изучению курса. Если содержание лекционных занятий в аудитории действительно предполагает примат авторского права, то контролировать учащегося, который слушает лекцию без наушников в комнате общежития, транспорте или любом общественном месте невозможно, одновременно с этим весь сопутствующий объем объяснений преподавателя в личной переписке не предполагает запрета на распространение. Ряд администраций университетов вводят пропускной контроль, когда перед рассылкой писем студентам от преподавателя администрация изучает их содержание.

Медиаландшафт порождает еще один устойчивый тренд, который затрагивает свободный обмен информацией. Форматы конференций сегодня предполагают, что обмен знанием может быть стихийным. Хештеги, как

популярные каталогизаторы в ряде социальных сетей, позволяют моментально находить весь объем публикаций по определенному событию, делая его доступным глобально. Однако идеи докладчиков получают охват, во многом могут скомпрометировать и негативно повлиять на статус ученого или публичного деятеля, который высказывая предположение, получает в Твиттере коллеги роль автора сомнительной концепции или персонажа-подделки (deepfake).

Контент, публикуемый на страницах университета в социальных сетях имеет ряд характеристик: он ограниченно доступен для пользователей (только для собственных студентов, только для аспирантов), отражает достижения ученых и студентов в широком тематическом горизонте, направлен на поддержание образа университета. Однако в данном случае университет воспроизводит иерархизированную структурную организацию в медиаландшафте, выступая в роли всё той же башни из слоновой кости.

Сегодня внутри процесса переживания пандемии стало очевидно, как быстро изменились те социальные практики, которые были неотъемлемыми элементами процесса установления социальных связей любого порядка. То есть такой привычный акт приветствия как пожимание руки стал табуирован за несколько месяцев. Одновременно с этим, необходимость соблюдения социальной дистанции (которое сегодня в ряде стран является законом, органическим образом продолжает логику «индивидуализированного общества» З.Баумана, общества, где жизнь отдельного индивида кроме как неопределенностью, характеризовалась как прежде всего абсолютизацией индивидуализма, в конечном счете приведшего к разобщенности внутри социума), легализует нежелание проводить время с теми, с кем коммуникация происходила по внешней необходимости.

Проблему социальной самоизоляции, необходимо начали связывать с усилением атомарности, однако с точки зрения современного французского философа Ж.-Н.Нанси коронавирус несет на себе функцию коммуновируса [3]. То есть феномена, который способен объединить человечество даже в

ситуации физической отстраненности, это то, что позволит человечеству ощутить единство сообщества. По мнению философа вирус появился как нельзя в лучшее для пандемии время. Одновременно практически все страны мира и все социальные слои общества оказались в ситуации равных условий, что создает единое пространство опыта. Возникшая солидарность оказывается направлена на ожидание заката технокapитализма, промышленности и очищения природы.

Самоизоляция понимается массами как отнятие свободы, как воспроизведение паноптикума М.Фуко [4], когда каждая отдельная квартира, каждая частная жизнь становится контролируема государством. Здесь невозможно помыслить изоляцию как спасение. Однако подлинным надсмотрщиком сегодня, основываясь на концепции Б.Латура, можно назвать сам вирус.

Словенский философ С.Жижек пытается осмыслить ситуацию пандемии задается вопросом, а что стало с теми проблемами, которые волновали человечество всего несколько месяцев назад? Действительно ли человечество разрешило вопросы экологии и расовой дискриминации? По мнению философа позиции активистов для настоящего момента не являются достаточно радикальными, поэтому теперь не способны объединить людей [5].

Немецкий философ М.Габриэль оценивает пандемию как событие, после которого необходимо говорить об изменении мирового порядка: «Doch wenn wir nach dem Virus so weitermachen wie vorher, kommen viel schlimmere Krisen» (« Но если мы продолжим действовать как и раньше, то нас ждут кризисы гораздо хуже») [6]. Габриэль также считает, что коронавирус обнажает идеологию XXI века – веру в научно-технический прогресс.

Социальные практики, которые до 2020 года массами понимались как ритуальные, то есть как неререфлексируемые с позиции личной заинтересованности порождали социальное отчуждение, которое необходимо должно было стать причиной увеличения дистанцирования, парадоксальным

образом развивалось параллельно тенденции становления новых социальных практик, осуществляемых в сети.

При определении современного медиаландшафта как прозрачного можно выделить ряд особенностей.

1. Когда предпринимается попытка дать определение современному медиаландшафту необходимо подразумевается цифровой медиаландшафт. То есть если существует физическая бумажная газета, то она выступает только как репрезентант цифровой экосистемы, ресурса, который, например, объединяет новости, аналитические статьи и социальные сети, где пользователи могут обсуждать весь контент, а также производить свой.

2. В качестве основной формы архитектуры медиаландшафта можно обозначить социальные сети. Для социальных сетей в качестве общей скобки можно обозначить возможность создания большого количества горизонтальных связей. В качестве примера можно привести ситуацию, описанную в работе А.Смита и Дж.Аакер «The Dragonfly Effect: Quick, Effective, and Powerful Ways to Use Social Media to Drive Social Change» («Эффект стрекозы: быстрые, эффективные и мощные способы использования социальных сетей для стимулирования социальных изменений»), когда молодой предприниматель заболел острой формой лейкоза, то его друг начал поиск доноров костного мозга через рассылку сообщений с просьбой дальнейшей рассылки. В социальной сети Facebook были созданы страницы, посвященные болеющему предпринимателю, на платформе YouTube были размещены видео. Это позволило найти подходящего донора в самом скором времени.

3. Медиаландшафт представлен как прозрачная среда для всех типов практик социальной активности. Канадско-американский ученый С.Пинкер в работе «Лучшее в нас: Почему насилия в мире стало меньше» анализирует миф о том, что для современного мира характерен всплеск убийств, изнасилований, погромов, жестокости по отношению к животным и т.д. Автор аргументированно доказывает, что современное общество наоборот движется

в сторону уменьшения всякого рода насилия. «Для потенциальных жертв насилия наши времена – лучшие в истории. Ведь вполне можно представить себе, что в ходе какой-нибудь другой истории различные обычаи развивались бы в разных направлениях: рабство, к примеру, отменено, но родители всё строже наказывают детей, или же государства стали гуманнее к своим гражданам, но чаще ввязываются в войны друг с другом» [7, с.835]. Нельзя не предположить, что в возникновении этого мифа о всплеске насилия значительную роль сыграла транспарентность, как то, что делает невозможным сокрытие насилия, страданий, дискриминации. Так, в 2017 году популярный американский видеоблогер Логан Пол опубликовал на своем YouTube-канале блог о прогулке в японском «лесу самоубийц» - Аокигахара. Среди прочего блогер снял трупы, которые висели на деревьях. Платформа YouTube, после жалоб зрителей заблокировала видео и пересмотрела политику и алгоритмы публикации контента для всех создателей контента.

Таким образом, если в реальности страны оказались изолированы, близкие люди разделены на болеющих и тех, кто соблюдает режим самоизоляции, то в медиаландшафте, как пространстве функционирования множества социальных сетевых платформ, не существует никакой дистанции и только там становится возможным совместное переживание событий.

Литература

1. Final Loss for Ward Churchill_U.S. Supreme Court declines to hear appeal over his firing by the University of Colorado. [Электронный ресурс] By Scott Jaschik April 2, 2013. URL : <https://www.insidehighered.com/news/2013/04/02/supreme-court-rejects-appeal-ward-churchill> (дата обращения 5.12.2020).
2. Fireable Tweets [Электронный ресурс] By Scott Jaschik December 19, 2013. URL: <https://www.insidehighered.com/news/2013/12/19/kansas-regents-adopt-policy-when-social-media-use-can-get-faculty-fired> (дата обращения 5.12.2020).

3. Communovirus Par Jean-Luc Nancy, philosophe — 24 mars 2020 [Электронный ресурс] URL: https://www.liberation.fr/debats/2020/03/24/communovirus_1782922 (дата обращения 5.12.2020).

4. Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы / Пер. с фр. В. Наумова под ред. И. Борисовой. — М.: Ad Marginem, 1999. — 480 с.

5. Slavoj Zizek: Greta and Bernie should be leading in these troubled times, but they are NOT RADICAL ENOUGH [Электронный ресурс] URL: <https://www.rt.com/op-ed/491881-bernie-sanders-greta-thunberg/> (дата обращения 5.12.2020).

6. Markus Gabriel Wir brauchen eine metaphysische Pandemie [Электронный ресурс] URL: [_https://www.uni-bonn.de/neues/201ewir-brauchen-eine-metaphysische-pandemie201c](https://www.uni-bonn.de/neues/201ewir-brauchen-eine-metaphysische-pandemie201c). (дата обращения 5.12.2020).

7. Пинкер С. Лучшее в нас: Почему насилия в мире стало меньше/ С.Пинкер; Пер. с англ. – М.: Альпина нон-фикшн, 2021. 952 с.

3.3. Насилие как эстетическая практика цифровой среды

Сегодня становится очевидным тот факт, что сетевое пространство включает в себя широкий спектр социальных дискурсов. Интернет часто понимается как неоднородное и фрагментированное пространство социального взаимодействия, где подчас унифицируются позиции неочевидные в так называемой «реальной реальности». Мы полагаем, что признание за цифровой средой некоторой активной силы, способной детерминировать процессы, вынесенные и за рамки цифры, свидетельствует о возникновении в обществе новой парадоксальной оценки, в том числе и такого феномена как насилие.

Ни у кого не вызывает сомнения, что новомедийное пространство является радикально детерриторизированным. Как следствие, появляются попытки объяснить современные медиа как ту среду, которая нуждается в

прозрачности, а значит требует от пользователя экологичного отношения к себе.

Немецкий философ Г.Люббе в работе «В ногу со временем» рефлексировал изменение отношения к кладбищу. Он отмечает, что на эпоху Просвещения приходится реформация кладбища и если в Средние века оно находилось рядом с домами, что, с одной стороны, порождало ряд проблем на уровне повседневности, но, с другой стороны, на культурном уровне обозначало постоянную отсылку к памяти. Автор отмечает, что начинается процесс вытеснения смерти, умирания из жизни горожан, но всё же эта реформа не означает упразднение культурной памяти поколений. Он подчеркивает, что современное кладбище, которое не является церковным и вынесено за скобки городского ландшафта означает “требование радикального культа, оказываясь кроме того удобным поводом, чтобы превратить кладбище в образец садового дизайна. Это можно было можно было даже воспринимать как эстетическое торжество” [1, с.49]. Таким образом, мы можем предполагать, что в современной культуре отсутствует точка последней фиксации, поскольку за жизнь одного поколения претерпевает пересборку не только индивидуальный набор аксиологических оснований, но и трансформируется понимание ценности как таковой.

Как отмечает американский исследователь П.Мейер [4], информационная революция только набирает обороты. При этом становится все более очевидным тот факт, что кроме расширения доступа к информационным каналам и способам коммуникации, возникает ряд кризисов. Мы предлагаем зафиксировать в качестве концептуальной наброска три взаимосвязанных кризиса сетевого пространства, которые оказали влияние на понимание насилия.

В качестве первого кризиса можно обозначить кризис интеграции, под которой, в контексте данной статьи, подразумевается степень медиатизации различных сфер повседневности. Это понятие скрывает диадку смыслов. С одной стороны, это можно буквально воспринять как то, насколько жизнь

человека инкорпорирована в интернет вещей: когда приходя домой, человек обнаруживает, что ужин уже приготовлен, горит свет и робот-пылесос сделал уборку; а с другой – как взаимосвязь элементов повседневности между собой, когда сетевое пространство не просто оказывает положительное воздействие на качество жизни человека (увеличение времени на досуг), но детерминирует свободу человека (увеличение досуга влечет глубокое погружение в цифру, например, траталичногвремени на прохождение компьютерных игр). Если философы эпохи Просвещения развивали понимание механистичности устройства человека как биологического организма, то сегодня можно утверждать идею гуманизации глобального гаджета, который не только знает, что хочет пользователь, но и определяет, что он будет хотеть в следующий момент.

Вторым кризисом оказывается кризис иерархии. Феномен доступности практически любого визуального продукта в любой момент времени трансформирует (и даже отменяет) опыт катарсиса, когда человеку становится практически невозможным пережить глубокое потрясение от статичного(медленного) образа, (долгого кинематографического плана, художественногополотна картины). Если использовать терминологию теоретика культуры В.Беньямина, у произведения с сети невозможна аура. Человек оказывается перед модифицированным артефактом. Модифицированным в том плане, что он выделен из совместного опыта переживания и дан как растиражированный, мемофицированный продукт, который не способен обеспечить человеку возможность эксклюзивного экзистенциального опыта.

В цифровом обществе сфера сексуальной жизни человека перестает быть детерминирована другим человеком [5], она главным образом фундируется фантазиями, то есть потребность в порнографии актуализируется не только как экранизация частных фантазий, а в своем символическом значении. Культурные запреты в порнографических фильмах оказываются преодолены, что позволяет потребителям подобного контента реализовывать

свое желание сексуальной объективации и тем самым утверждать свою субъектность. То есть возникает такое явление как «сексуальный солипсизм» [3], когда возможен только актер, который получает сексуальное удовольствие, а все остальное это проекция его желания. Соответственно пользователь утрачивает способность сопереживать другому человеку. Созерцаемое насилие становится неотделимо от наслаждения и зритель перестает интересоваться каким оно является по происхождению: актерская игра или подлинная ситуация изнасилования.

Третьим кризисом выступает изменение восприятия персонализации. Можно говорить о сращении двух важных характеристик современного общества – его консьюмеристского начала и формата социальных взаимодействий. То есть в ситуации, когда тот или иной человек становится не интересен, пользователь имеет возможность прервать с ним коммуникативные взаимодействия, блокируя его во всех социальных сетях, где имеет аккаунты. В обществе знания, обществе коммуникации человек оказывается огражден от стихийных, непредвиденных коммуникаций.

Обозначенные кризисы как символы цифровой эпохи, по нашему мнению, определяют повседневный (на уровне массового сознания) взгляд на насилие. Как отмечает российский медиафилософ В.В.Савчук: “когда говорят о позитивных моментах новых медиа, Интернета, сети, то говорят в прагматических категориях [...], а когда говорят о негативных, то обвинения исходят из этического, психолого-педагогического или правового дискурса” [2, с. 226]. Однако, по мнению Савчука, эти два типа оценки являются двумя сторонами одного феномена, а следовательно их невозможно противопоставлять.

Таким образом, говоря о насилии сегодня, мы должны соотносить его с процессом медиатизации, с ситуацией, когда изменяется сам способ говорения о насилии и акценты в медиадискуссиях. Поскольку стирается грань между эстетически прекрасными и эстетически безобразными явлениями, то остается одно лишь просто эстетическое. Чтобы представить аксиологическую

трансформацию объемнее мы обратимся к рассмотрению насилия в горизонте медиадицеи.

Присутствие темы насилия в современном медиа-тексте задает определенную рамочную конструкцию его понимания. То есть, если медиа являются нейтральными агентами, то что тогда является причиной мифологизации насилия в общественном дискурсе, прежде всего как эстетической нормы. Можем ли мы утверждать, что насилие должно быть необходимым компонентом современного медиа-контента? Цифровая среда накладывает определенную матрицу восприятия насилия. Сегодня насилие как цифровой контент представлено двумя способами: эстетизированное (визуально привлекательное, которое вызывает желание подражать) и как критика насилия, содержащаяся в документальных фильмах или выпусках новостей. При этом именно первый способ преимущественно определяет то, как серьезная экзистенциальная проблема трансформируется в массовом сознании в подобие игры, ломающей этические пределы, подвергающей диффузии фундаментальные ценностные основания человеческой природы. Рационально-рефлексивное отношение к сложившемуся положению вещей, способное дать серьезную этическую оценку явно уступает место стихийным процессам эстетизации в цифровой среде, оправдывающим насилие.

Литература

1. Люббе Г. В ногу со временем. Сокращенное пребывание в настоящем / пер. с нем. А. Григорьева, В. Куренного; под науч. ред. В. Куренного; вступ. ст., сост. указ. В. Куренного, М. Румянцевой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 456 с.
2. Савчук В.В. Новые медиа – новые формы насилия // Неопределенность как вызов. Медиа. Антропология. Эстетика: Колл. моногр. / Ред.: К. Вульф, В. В. Савчук. СПб.: Издательство РХГА, 2013. С. 223-236.

3. Langton R. (2009). Sexual solipsism: Philosophical essays on pornography and objectification. Oxford University Press.
4. Meier P. (2011). New information technologies and their impact on the humanitarian sector. International Review of the Red Cross, 93(884), 1239-1263.
5. Williams, A. Do You Take This Robot... 19.01.2019 New York. : The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2019/01/19/style/sex-robots.html> (дата обращения: 09.04.2019)

3.4. Антропологическая динамика в условиях цифровой реальности

Медиа-революция, которую человечество переживает с конца XX в., привела к возникновению цифровой реальности, в которой человек обретает новые атрибуты и утрачивает прежние, традиционно определявшие его на протяжении длительного времени. Подобного рода трансформации носят настолько фундаментальный характер, что их можно маркировать как антропологические сдвиги.

Они затрагивают идентичность человека, его статус ответственного и зрелого гражданина, действующего в делиберативной публичной сфере, лимитируют и даже блокируют ментальную активность, привычку работать с идеями, рефлексировать, выявлять нестыковки в собственном мышлении и в мышлении других, ставят под вопрос качество личностной коммуникации и социальных связей. В своей недавно опубликованной книге известный немецкий философ Ю. Хабермас дает пессимистичный диагноз современной ситуации состояния медиа и публичной сферы [9]. Он выносит неутешительный диагноз времени — цифровые медиа разрушают сферу публичности. Здесь следует сделать небольшой ретроспективный шаг и вспомнить его давнюю работу 1962 г., принесшую исследователю широкую известность [5]. Книга написана в период, когда в евро-пейском обществе

активно формируются интеллектуальные движения, начинающие влиять на политическую и правовую сферу, тем самым создавая открытое пространство обсуждений. В этой работе Ю. Хабермас развивает концепцию дискурсивной этики, в соответствии с которой граждане, вступающие в дискуссию, аргументирующие и отстаивающие свою позицию, должны исходить из ряда базовых предпосылок, носящих прагматический характер. Главной предпосылкой выступает идеальная языковая ситуация, в которой имеет силу только принуждение лучшего аргумента — «непринудительное принуждение лучшего аргумента» [8, с. 120]. В коммуникации, направленной на достижение согласия, взаимопонимания, нас принуждает принять то или иное решение только лучший аргумент. Эмпирическое воздействие, страх, обман, психологическое насилие аргументами не являются. На этом выстраивается делиберативная демократия, предполагающая наличие публичного пространства дискуссионности, обсуждения социально значимых вопросов. На первый взгляд может показаться, что Ю. Хабермас должен приветствовать появление новых (социальных) медиа, ведь они приблизили его идеал к максимуму. Социальные медиа содержат огромный потенциал эгалитарного участия, они демократизируют общение, создают пространство обсуждения. Но одновременно с этим формируются и авторитарные тенденции, которые ставят идеал Хабермаса под вопрос. Новая (цифровая) сфера публичности принципиально не структурирована и лишена содержательных фильтров в отличие от традиционной сферы публичности. Там активно действовали образованные журналисты, редакторы, корректоры, существовала проверка фактов, качества аргументов, что обеспечивало качество коммуникативных ходов, соответственно качество делиберации. В цифровом публичном пространстве мы имеем вал мнений, который, по Хабермасу, обладает и авторитарным, и эгалитарным потенциалом. Для цифровых концернов качество аргументов играет последнюю роль. Гораздо важнее интерес к платформе, количество фолловеров и их лайки. Вместо позиции свободного, зрелого гражданина здесь возникает товар (экономизация мнений). Мнение

превращается в подобие мнения, а публичность в псевдопубличность. Лидеры мнений, блогеры подавляют и подчиняют журналистику. Ю. Хабермас обращает внимание еще на одну проблему цифровой публичности. Изобретение книгопечатания сделало всех потенциальными читателями, мир раскрылся как адресованный публике, читателю. С появлением социальных медиа все становятся авторами, и это — проблема. Большинство не готово к этой роли, поскольку этому надо учиться (развивать рефлексивно-критическое мышление, умение аргументировать свою позицию, формировать обоснованное мнение и т. д.). Кроме того, пространство социальных медиа должно быть структурировано интеллектуалами, которые могут выступать в качестве наставников, учителей, редакторов, журналистов. Это есть одно из условий формирования пространства публичности для всех, обладающего свойством инклюзивности. Сегодня же оно представляет собой эксклюзивное пространство, носящее коммерческий характер, обслуживающее экономические цели. В этом безликом медийном пространстве искусственно формируется общественное мнение (как бы общественное мнение), которое становится инструментом субкультур власти. В то время как эгалитарный потенциал нового медийного пространства подавляется авторитарными тенденциями, а это не способствует развитию культуры гражданского участия. Подобные тенденции становятся маркерами одного из антропологических сдвигов, фундированных спецификой современных медиа, — зрелый гражданин как активный участник идеальной языковой ситуации все больше приобретает черты мыслительного конструкта, которому в реальности никто не соответствует. Еще одним значимым антропологическим сдвигом является трансформация понятия самости и идентичности, которые в цифровом обществе уже не связаны с традиционными представлениями о них. Линия, заданная в эпоху античности, идущая через средневековье и Новое время, содержит признаки дискретности. Немецкий философ Х. Г. Меллер в связи с этим пишет, что на передний план сегодня выдвигается человек, обслуживающий свой профиль в социальной сети. Соответственно, вполне

уместно говорить о профильной идентичности и профильной самости [10]. Пользователь пытается себя позиционировать через представленность в этих профилях, и его идентичность приобретает профильный характер. Это усложняет способ существования, поскольку нужно как можно чаще пребывать онлайн, поддерживать свой профиль, обслуживать его, работая над его наполнением, что требует временных затрат. Как результат, работа над собой подменяется заботой и уходом за профилем. Идентичность становится гетерогенной, при этом в традиционной социально-культурной среде теперь присутствует лишь малая часть человеческой самости; зачастую эта часть пребывает в состоянии «заброшенности». Ряд отечественных исследователей обращают внимание на появление новой формы идентификации, которую они называют цифровой [2–4]. Французский исследователь А. Эренберг размышляет о потерянной самости, которая, на его взгляд, является болезнью свободы [7]. С середины XX в. в обществе происходит отказ от прежних социальных схем, на человека обрушивается свобода выбора. Его жизнь теперь не детерминирована или слабо детерминирована сословными нормами, социальным происхождением, семейным опытом, социальными ролями. Свобода предоставляет неограниченное количество траекторий личностной реализации. Теперь не требуется продолжать профессию родителей, жить там, где родился, советоваться с семьей при выборе спутника жизни. Но выбирать трудно, поскольку выбор сопряжен с ответственностью и чувством вины. Выбор одного варианта означает отказ от всех остальных. Свобода перегружает, изматывает, формирует чувство недовольства и неудовлетворенности совершенным выбором. При этом страдают как «победители», чей выбор привел их к материальному, профессиональному успеху, так и «пораженцы». Свобода терроризирует человека, обременяет его, ставя перед перманентным выбором и вынуждая платить за риски. Британский социолог З. Бауман указывает на дефицит «таких паттернов, кодексов и правил, которым можно подчиняться, которые можно выбрать в качестве

устойчивых ориентиров» [1, с. 13]. Он фиксирует переход «из эры заранее заданных «референтных групп» в эпоху «универсального сравнения», в которой цель усилий человека по строительству своей жизни безнадежно неопределенна, не задана заранее и может подвергнуться многочисленным и глубоким изменениям прежде, чем эти усилия достигнут своего подлинного завершения: то есть завершения жизни человека» [1, с. 13]. Человек, поставленный в ситуацию интерактивных цифровых медийных потоков, не связанных с аналитикой, утрачивает ментальную призму, позволяющую выстраивать определенный порядок, вписывать в него факты, события, собственные действия и действия других. Потребитель подключен к системе, которая ежесекундно выдает потоки данных, производит моментальную смену декораций. Деконтекстуализация событий, фактов, мыслей о них в цифровых медиа-потоках становится нормой, здесь нет места практикам осмысленности, сюжетности, нарративности, дискурсивности. «Перегруженному» свободой индивиду хочется одного — присоединиться к «правильному» хору мнений (хейту), «моральной» точке зрения вместо рациональной рефлексии, которая в подобных условиях невозможна и на которую он не способен. Здесь можно наблюдать эффект терапии отождествления, которая выражается в желании примкнуть, поддержать волну хейта и тем самым избавиться от необходимости выбирать и думать.

Одновременно с этим обнаруживаются симптомы человеческой инфляции, которая является признаком еще одного антропологического сдвига: разрушаются основы мотивации, целеполагания, нивелируется понимание жизни как осмысленного движения, для которого характерны связность, системность, континуальность. Перечисленные симптомы оркеструются вокруг проблемы мировоззрения. Вопросы, обращенные к самому себе: «есть ли у меня мировоззрение; личность ли я; есть ли у меня картина мира; работаю ли я над своим мировоззрением, создаю ли я его», являются очень непростыми, относящимися к феноменами процессам, которые нельзя назвать естественными, наличествующими по определению.

Проблема мировоззрения может быть концептуализирована посредством трех вопросов, задающих его структуру:

1) Что и как есть (бытийствует)? Человек, живущий в определенную эпоху, является носителем той или иной модели реальности, которая не всегда осознается (является фоном). Это собственная имплицитная онтология (скрытая, непроясненная картина реальности вообще).

2) Что и как я знаю? Эпистемическое отношение к миру, механизмы, схемы объяснения, позволяющие отделить правду от лжи, способность найти источники информации, которым можно доверять. Это то, что определяет эпистемические реакции человека и экологию мировоззрения.

3) Что и как я делаю (как взаимодействую)? Это скрытая моральная философия в ее широком значении, поиски ответа на вопрос: «Что я должен делать и почему? Как правильно поступать в отношении себя и других?». Это моральные основания для выстраивания социальных интеракций и коммуникации. Следует отметить, что названные компоненты мировоззрения динамически взаимодействуют друг с другом, как следствие, мировоззрение пребывает в процессе постоянного становления, оно не является чем-то ставшим и окончательно оформленным. Проблема заключается в том, что картина реальности, эпистемическое отношение к миру, моральные основания нашего поведения зачастую складываются в нас спонтанно на протяжении жизни в результате внешних влияний. В цифровой реальности количество подобных влияний многократно возрастает. Мы зависимы и не знаем, что наше, а что пришло извне, предпочитая действовать по типу спонтанных отождествлений. Для обретения психологической устойчивости мы используем готовые схемы интерпретации, с которыми пытаемся максимально себя отождествить. От человека требуется подвергнуть эти влияния осмыслению, задуматься об их качестве: разрушительное оно или созидательное.

Однако фрагментарность и случайность нашего Я, которое мы получаем вместе с потоками влияния, его незрелость делают эту задачу неразрешимой.

Преодолеть эфемерность собственной самости, вывести себя из цифровой Пещеры (образ Платона) — это современная антропологическая повестка. Речь идет о созидательной работе, переводящей хаос внешних влияний во внутреннюю упорядоченность. Она предполагает умение приводить многообразие опыта (прочитанное, просмотренное, прослушанное и т. п.) к целостности, системности, связности и тем самым выстраивать из партикулярной информации знаниевую, мировоззренческую систему координат. Здесь уместно использовать в логике трансдисциплинарного переноса из теории сложности понятие «диссипация» (лат. рассеивать). Оно концептуализирует процесс присвоения/усвоения внешних влияний, перевод «чужого» в «свое». Диссипация позволяет отделить важное, существенное от неважного, поверхностного. Через диссипативные процессы, которые информационно и энергетически поддерживают первое и, напротив, нивелируют второе, происходит определение собственного места в мире. Забота о мировоззрении — это забота о личности (о душе), попытка понять себя, сообразуясь с принципом целостности. В этом контексте мировоззрение выступает гарантом нашей безопасности, согласия с собой, другими людьми и с миром. Если осознанно и целенаправленно не заниматься им, то мы обрекаем себя на существование в очень напряженном поле, где множественные внешние влияния пытаются разрушить те ментальные скрепы, которые позволяют нам оставаться личностью.

Американский исследователь Ян Богост обращает внимание на опасную тенденцию функционирования цифрового пространства как смещение контроля над общественным дискурсом — «от медиа-организаций, правительств и корпораций к обычным гражданам. Люди могли публиковать тексты, изображения, видео и другие материалы без предварительного согласия изданий и вещательных компаний. Таким образом мы получили токсичную свалку» [6]. Легкость установления связей, отсутствие различий между близкими, друзьями, незнакомцами означает, что каждый пост может успешно апеллировать к худшим страхам людей и превращать их в радикалов.

В развитии идей Я. Богоста можно отметить, что огромное множество контактов не делает их социальными связями и не улучшает качество социальных отношений. На смену связям приходят поверхностные контакты. Я. Богост предлагает поставить под сомнение фундаментальную предпосылку цифровой жизни: возможно, люди вообще не способны так много и часто контактировать с таким количеством акторов [6]. Антропологическая динамика современности детерминирована перманентным присутствием человека в цифровом пространстве, вследствие чего его традиционные атрибуты претерпевают качественные трансформации. Последствия этих процессов исследователям еще предстоит оценить.

Литература

1. Бауман З. Текущая современность. Санкт-Петербург: Питер, 2008. 240 с.
Емелин В. А. Идентичность в информационном обществе. Москва: Канон+, 2017. 360 с.
2. Кондаков А. М., Костылева А. А. Цифровая идентичность, цифровая самоидентификация, цифровой профиль: постановка проблемы // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. Информатизация образования. 2019. Т. 16, No 3. С. 207–218.
3. Конева А. В. «Цифровая идентичность»: процессы идентификации и репрезентации в сетевой коммуникации // Вестник Ленинградского государственного университета имени А. С. Пушкина. 2018. No 1. С. 50–60. Текст: непосредственный.
4. Хабермас Ю. Структурные изменения публичной сферы. исследования относительно категории буржуазное общество. Москва: Весь мир, 2016. 344 с.
5. Bogost I. Zu viel Gerede // Philosophie Magazin 20 Impulse für 2022. URL: <https://www.philomag.de/archives/impulse-fuer-2022> (дата обращения: 23.10.2022).

6. Ehrenberg A. *The Weariness of the Self. Diagnosing the History of Depression in the Contemporary Age.* Mc Gill-Queen's University Press. Montreal. Reprint edition, 2016. 376 p.
7. Habermas J. *Vorstufen und Ergänzungen zur. Theorie des kommunikativen Handelns.* Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1984. 605 s.
8. Habermas J. *Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik.* Suhrkamp Verlag AG, Berlin, 2022. 108 s.
9. Moeller H.-G, Ambrosio P. J. D. *You and Your Profile: Identity After Authenticity.* Columbia University Press. New York, 2021. 312 p.

3.5. Системность как атрибут критического мышления: проблема формирования фонового знания

Критическое мышление в западной традиции, особенно в системе образования (в школе, в вузах) является нормой. Сегодня наблюдается рост числа публикаций на эту тему, – они исчисляются сотнями, свидетельством повышенного интереса с этой теме является включение критического мышления в число базовых навыков. Критическое мышление тесно связано с поведенческой экономикой, изучающей особенности влияния эмоциональных, когнитивных и социальных факторов на принятие людьми и компаниями экономических решений, а также влияние этих решений на рынок [5]. Определения, которые исследователи дают этому типу мышления очень разные, к примеру, психолог Д. Халперн понимает его как «Использование когнитивных техник и стратегий, которые увеличивают вероятность получения желаемого конечного результата» [6]. В логике критическое мышление чаще понимается как навык правильной оценки аргументов, высказанных другими и создание собственных хороших аргументов.

К примеру, согласно позиции Г.В. Сориной «критическое мышление предполагает наличие навыков рефлексии относительно собственного мыслительного процесса, навыков работы с понятиями, суждениями, умозаключениями, вопросами, развитие способностей к аналитической деятельности, а также к оценке альтернативных возможностей других людей» [8, с. 98]. Известный российский специалист в области логики В. Н. Брюшинкин предлагает понимать под критическим мышлением «...последовательность умственных действий, направленную на проверку высказываний с целью выяснения их несоответствия принимаемым фактам, нормам, ценностям» [7, с. 30].

Общим местом для всех определений является указание на то, что критическое мышление в первую очередь направлено на собственное

мышление, т.е. по своей природе оно рефлексивное. Оно предполагает умение ответить на вопросы: почему мы делаем то, что делаем и думаем то, что думаем? Среди причин, которые актуализируют необходимость осмысления атрибутов критического мышления и их целенаправленного развития можно назвать следующие:

1. Проблема многообразия информации, источников, мнений, оценок. Информационный переизбыток приводит к разрывам и фрагментации знания. Возникает очень важный вопрос – как собрать знание в целостную картину? То, что мы называем информацией, в большинстве случаев, ею не является. Это скорее информационный шум или псевдоинформация. В ней представлено очень мало фактов, преимущественно фактуальная информация, которая требует оценки, оценки интерпретаций, экспертных мнений. И делать это должен сам пользователь.

2. Размывание границ авторитетов (в дигитальном пространстве все авторитеты). Сегодня сложно найти обоснованное, объективное мнение, поскольку в информационном поле мы имеем дело с многообразными интересами, искажениями, подтасовками. Ответственность падает на конкретного человека, его самость, он несет на себе бремя понимания и интерпретации.

3. Прогресс когнитивных наук, довольно хорошо изучивших наши познавательные способности. Это позволило создавать различные техники манипуляций, которые становятся оружием политиков, маркетологов. На самом деле большинство наших убеждений – не наши, мы пребываем в общем информационном потоке, мы его часть. И наше сознание – это чердак со старыми вещами, зачастую ненужными. Наведение ментального порядка в собственном сознании – это деятельность, фундирующая поведение человека.

Поскольку наши убеждения (идеи) влияют на принятие решений, встает задача осознанного формирования фонового знания. Концепт «Background knowledge» представлен в работах таких авторов, как В.

Гудикунст, Й. Ким, Р. Сколлон, С. Сколлон [2; 4]. Эти авторы понимают под фоновым знанием совокупность наших знаний о мире. В данной статье мы предпринимаем попытку развить данный концепт в контексте осмысления критического мышления как системного феномена. Фоновое знание, представленное как сеть или система должно иметь узловые точки, вокруг которых происходит порождение и формируются ментальные структуры. Новые элементы (фрагменты нового знания) встраиваются в эти структуры, проходя предварительную ревизию. Фоновое знание выполняет функцию картины мира, оно позволяет видеть себя, событие, феномен в контексте общих универсальных процессов.

Важно понимать, что факты, события, цифры – это не знание, сами по себе, автономно они не работают, их необходимо встраивать в систему, в контекст. И в этой ситуации важно понимать, – кто их озвучивает, каким образом интерпретирует, чьи интересы преследует. Одни и те же факты, цифры являются основой для совершенно разных концепций, теорий, версий.

В современной ситуации для человека становятся принципиально важными три умения.

1. Читать – умение обнаруживать смыслы, «распаковывать» их, принимать участие в их рождении. Медленно, вдумчиво «ползти» по тексту. Лучше это делать в группе, где мы имеем дело с разными мировоззренческими призмами, перешагиваем границы собственного понимания/непонимания.

2. Писать текст, в котором мы формируем собственные мысли. К сожалению, сегодня мы постепенно утрачиваем культуру письма, его обучающие преимущества, они вытесняются набором текста на клавиатуре.

3. Говорить – артикулировать собственную позицию, участвовать в дискуссиях, аргументировать, обосновывать. Умение критически мыслить завязано на отношении к информации, перечисленные навыки позволяют акцентировать внимание на том, что скрыто, оценивать свой способ мышления, восприятия, выявлять сбои, проблемы мышления. Как результат,

они формируют систему ментальных оснований, которая является ядром фонового знания.

Формирование фонового знания предполагает следование некоторым принципам, которые выступают в качестве методических оснований.

Наиболее значимыми из них являются следующие:

1. Последовательность (порядок) фактов, событий, причин, явлений. Встречающееся мнение о том, что даты учить не надо, в итоге приводит к разрушению мира в сознании человека как упорядоченной системы. Исторические эпохи, исторические фигуры, события в науке, религии, политической сфере всегда привязаны к датам, определенным образом упорядочены и встроены в систему связей.

2. Осмысленность – выявление причинноследственных связей, важных смысловых узлов. Понимание того, что в последовательности есть своя иерархия.

3. Концептуализация – теоретическая организация материала посредством выстраивания собственных концептуальных схем. Здесь происходит увязывание главных понятий, образующих тему. Концептуальная схема позволяет осуществить целостное теоретическое понимание объекта, обнаруживая его существенные стороны.

4. Конкретизация (часто через визуализацию) – подбор примеров, иллюстраций, небольших историй, метафор, цитат. Они аккумулируют в себе характерные особенности объекта, вносят эстетическую и эмоциональную составляющие в процесс понимания, в случае с историей способны передавать дух эпохи ее стиль.

5. Установление связи с теми событиями, современниками которых мы являемся (актуализация). Увидеть, понять, что мы являемся частью чего-то общего.

Перечисленные методические основания представляют собой ментальные инструменты. Наше взаимодействие с реальностью основано на них, мы принимаем решения, опираясь на эти инструменты, их качество

определяет качество наших действий (в политике, экономике, науке, культуре, духовной жизни). В отличие от человека у животных существует непосредственная связь с миром. У человека эта связь опосредована языком и мышлением. Наши убеждения, суждения, принципы определяют наши действия. Поскольку человек – существо, объясняющее и истолковывающее, он под каждое действие подводит основание. Мы не можем что-либо делать, если не знаем зачем. Действие необходимо включить в определенный порядок, тем самым преодолеть неопределенность.

Следует отметить, что развитие фонового знания имеет биологические основания. Они в первую очередь связаны с эффективной работой дефолт-системы мозга [1; 3]. Дефолт система – это нейрофизиологический режим, запускающийся в момент, когда человек пребывает в состоянии «ничего не делаю». Это состояние оперативного покоя не связанное с решением разного рода познавательных задач, обработкой информации, концентрацией внимания на объекте. Мы просто отпускаем мозг «на прогулку», где он блуждает, и именно в этом состоянии у нас появляется возможность рефлексии социальных отношений (мы превращаем Других в интеллектуальные модели и, работая с ними, осмысливаем конфликтные эпизоды, собственные ожидания или обязательства). Именно в этом режиме человек реализует потребность в истолковании, поиске оснований – небиологическую потребность жить, понимая себя, людей, мир, через выстраивание объяснительных, истолковывающих моделей. Дефолт система является режимом, в котором оттачиваются ментальные инструменты – умение поставить под вопрос, поколебать собственное убеждение, устроить ему проверку, обнаружить проблему и на основе это-го начать научную или моральную рефлексию итогом которой должна стать коррекция, реновация убеждений, суждений, принципов. Таков генезис фонового знания, выступающего фундаментом, условием критического мышления. Но поскольку наш мозг не является многозадачным феноменом, он действует избирательно и позволяет делать что-то одно: либо усваивать информацию,

либо решать внешнюю задачу, либо пребывать в режиме «блуждания» (работа дефолт-системы). Из этого следует, что в состоянии перманентной информационной включенности, характерной для современного человека, у него не так много возможностей для запуска дефолт- системы, а значит и для формирования фонового знания. В этой связи можно говорить о необходимости ментальной гигиены как еще об одном условии фонового знания. Сознательное ограничение времени пребывания в дигитальном пространстве, потраченного на сканирование новостных лент и социальных сетей, повышает вероятность мышления, обладающего признаками рефлексивности и системности.

Литература

1. Chen A.C., Oathes D. J., Chang C., Bradley T., Zhou Z-W., Williams L. W. et al. Causal interactions between fronto-parietal central executive and default-mode net-works in humans / Proceedings of the National Academy of Sciences. – 2013. – vol. 110. – no. 49. – pp. 19944– 19949.
2. Gudykunst W. B., Kim Y. Y. Communication with strangers: an approach to intercultural communication. – N. Y.: McGraw-Hill, 1997. – 442 p.
3. Raichle M. E. The Brain’s Default Mode Network/ Annal Review of Neuroscience. – 2015. – Volume 38. – p. 433–447.
4. Scollon R., Scollon S. Wong. Intercultural Communication: a Discourse Approach. 2nd ed. – Maiden Mass: Blackwell, 2001. – 316 p.
5. Канеман Д. Думай медленно, решай быстро <https://kaneman.ru/wp-content/uploads/2019/08/Daniyel-Kaneman-Dumay-medlenno.-reshay-bystro-2014.pdf>.(дата обращения: 10.10.2022).
6. Халперн Д. Психология критического мышления https://skepdic.ru/wp-content/uploads/2013/05/Diane-Halpern_-_Psixologiya-kriticheskogo-myshleniya_Skepdic.ru_.pdf. (дата обращения: 10.10.2022).

7. Брюшинкин В. Н. Критическое мышление и аргументация // Критическое мышление, логика, аргументация: сборник статей. – Калининград: Изд-во КГУ, 2003. – 175 с.

8. Сорина Г. В. Критическое мышление: история и современный статус // Вестник Московского университета. Серия 7. Философия. – 2003. – No 6. – С. 97– 110.

3.6. Проблема формирования социального капитала в цифровой среде

Высокие темпы роста и смена форматов сотрудничества в цифровой среде позволяет на сегодняшний день фиксировать только определенный срез социальных тенденций. В рамках данной статьи будет осуществлена рефлексия превращенных форм цифровой субъектности на примере конституирования сетевого дискурса в современном цифровом пространстве.

В XX веке происходит кризис субъектности, когда субъект элиминируется. Это обуславливает возникновение ситуации, когда в философии осуществляется поворот от современного континентального проекта антропоцентризма к парадигме «текучей современности» [8]. Новой философский проект формируется вокруг проблемы разрешения персонифицированного желания в ситуации радикализации историзма, что стало причиной критики политической позиции как таковой.

Сегодня можно говорить о тотальности погружения социальных акторов в социальные сети, среди которых такие платформы как Facebook Twitter Instagram, ВКонтакте Одноклассники и так далее. Кроме революции цифровых медиа [2] становится очевидно, что гиганты подобные Facebook, Amazon, Google перестают иметь единственную цель в своей области деятельности: интернет-магазин инкорпорирован в социальную платформу, которая позиционирует себя как консультант в веб-поиске. Теперь эти

платформы функционируют как стратегические инфраструктуры, фундаментирующие современные социально-экономические отношения. Этот вопрос является актуальным для современной социальной теории, например, Некоторые исследователи [5] ставят вопрос о том, что компании, которые были названы выше, становятся социально незаменимыми для культурной жизни. Среди таких примеров платформа по предоставлению услуг проживания людей Airbnb. Это платформа изменила понимание гостиничного бизнеса и создала такой уровень конкуренции, что многие гостиницы перестали быть конкурентоспособными. Также примером является платформа по заказу такси Uber и аналогичные ей сервисы такси.

Если мы будем говорить о социальных сетях, то на сегодняшний день явления связанные с сетевыми эффектами ещё не являются хорошо изученными [1]. Есть ряд объяснений, которые сосредотачиваются в разных аспектах и мотивах по такому типу формирования социального капитала, среди которых эмоциональные, экономические, практические причины взаимодействий. Безусловно, сегодня каждый пользователь социальных сетей инкорпорирован в данные ресурсы на протяжении всего периода своей жизни. В социальных сетях можно выделить несколько форматов взаимодействия: 1) когда общение происходит между людьми знакомыми в офлайн-пространстве; 2) общение с людьми, которые не встречались за пределами онлайн-соединения; 3) краткосрочное квази-взаимодействие с людьми, с которыми не предполагается развиртуализация. Здесь следует говорить о различном характере этих контактов и том, что функциональность каждого из этих типов связи достаточно ограничена.

Социальные сети можно классифицировать по определённым контекстуальным локациям. Равно как в повседневности традиционных медиа, социальные узлы коммуникации были сгруппированы в различных контекстах, среди которых возрастной контекст, институты социализации семья, детский сад, школа, институт, армия, работа. В рамках такого деления можно наблюдать некоторую параллель, так согласно некоторым

исследованиям Facebook является платформой для взаимодействия внутри разных поколений семьи и взаимодействия по профессиональным вопросам [6]. Вторым моментом является индивидуальные предпочтения того или иного пользователя сети, то есть интерфейс социальной сети Facebook может быть оценен пользователем как недостаточно кастомизированный, в отличие от, например, такой платформы как YouTube или Snapchat, которые привлекают более молодую аудиторию. Следующим аспектом для осуществления выбора одной или другой социальной сети является конфиденциальность, это важно прежде всего для формирования определённого образа (аватара) [4] на тот или иной поисковый запрос. Согласно современным исследованиям [3] большинство работодателей проверяют социальные сети своих потенциальных соискателей и делает соответствующие выводы о соответствии предполагаемой должности, поэтому в интересах соискателей стипендий, грантов, тех, кто устраивается на работу или вступает в предвыборную борьбу критически проанализировать собственные страницы в социальных сетях, чтобы не скомпрометировать свой новый образ.

Социальные сети имеют три главные характеристики: наличие определенного виртуального пространства, где пользователи способны создавать и представлять в открытом доступе свой личный аккаунт, который может быть доступен для всех остальных участников сетевых коммуникаций; возможность создавать определенные списки контактов других пользователей, с которыми можно вступать в коммуникацию; возможность анализировать характеристики сети и контролировать произведенный контент. Эти характеристики социальных сетей существенно отличаются от так называемых традиционных или старых медиа, одним из примеров которых выступает телевидение. Социальные сети предоставили социальным акторам возможность обнаружить собственные социальные связи, сделать их наглядными. Посредством социальных сетей можно идентифицировать различного уровня связи: личные и профессиональные,

сильные и слабые [7]. Пользователи социальных сетей имеют возможность расширять и организовывать сеть своих социальных контактов через демонстрацию собственной идентичности. Под идентичностью, в рамках данной статьи, мы будем понимать определенную причастность к той или иной группе людей через определенный аватар, хештег, мем, например, после твита появляется возможность сделать специальную отметку на фотографии профиля в Facebook и т.д.

Исходя из этого, можно говорить об актуальности этической проблематики. Так, распространены социальные кейсы, когда тот или иной преподаватель высшего учебного заведения или средней образовательной школы размещает на личной странице в социальной сети контент содержащий личную фотографию личного характера или высказывание личной позиции, после чего коллеги, ученики или их родители могут начать оценивать не его профессиональные характеристики, а его личность.

Таким образом, социальные сети являются потенциальными агрегаторами не только положительного социального капитала, но и тех информационных следов, которые делают пользователя как субъекта дигитально-скомпрометированным.

Литература

1. Boyd, D., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
2. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2011). *Race against the machine: How the digital revolution is accelerating innovation, driving productivity, and irreversibly transforming employment and the economy*. Lexington, MA: Digital Frontier Press.

3. Jeske, D., & Shultz, K. S. (2019). Social media screening and content effects: implications for job applicant reactions. *International Journal of Manpower*, 40(1), 73-86.
4. Messinger, P. R., Ge, X., Smirnov, K., Stroulia, E., & Lyons, K. (2019). Reflections of the extended self: Visual self-representation in avatar-mediated environments. *Journal of Business Research*, 100, 531-546.
5. O'Reilly, T. and N. Battelle, (2009), 'Web squared. Web 2.0 five years on. Special report', available at http://assets.en.oreilly.com/1/event/28/web2009_websquared-whitepaper.pdf (accessed 30 January 2013)
6. Power, A. (2015). Is Facebook an appropriate platform for professional discourse?. *British Journal of Midwifery*, 23(2), 140-142.
7. Weng, L., Karsai, M., Perra, N., Menczer, F., & Flammini, A. (2018). Attention on weak ties in social and communication networks. In *Complex Spreading Phenomena in Social Systems* (pp. 213-228). Springer, Cham.
8. Бауман З. Текущая современность. – СПб.: Питер, 2008. – 240 с.