

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО

DOI: 10.17805/zpu.2020.4.16

Новые тренды в эпоху революционных изменений информационных технологий

Ю. А. Головин, О. Е. Коханая

МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Авторы рассматривают специфику функционирования новых медиа, процессы конвергенции в медиaprостранстве, феномен постправды как нового явления в медиасфере, подчеркивая важнейшую роль СМИ в процессах социального конструирования.

Авторы отмечают, что картина мира, создаваемая современными средствами массовой информации, в действительности зачастую является всего лишь симулякрom, в том смысле, как этот термин понимается известным российским философом А. Я. Флиером и другими культурологами и философами-постмодернистами. Реальность, которую современный человек черпает из СМИ и литературы, часто в значительной мере отличается от действительности, но именно эта искаженная реальность и формирует его представление о мире.

Исследуя феномен постправды, авторы отмечают, что в современной журналистике симулякр в своем развитии зачастую превращается в вымысел и современное общество зачастую окружено ложью и вымыслом, а по сути, постправдой. По мнению авторов, постправда, являясь порождением симулякров, определяет не саму информацию и даже не ее качество, а скорее ее восприятие человеком, в сознании которого уже присутствуют определенные стереотипы и идеологемы. Авторы делают вывод, что революционные изменения информационных технологий в начале XXI в. совпали с началом полномасштабных гибридных войн, охвативших, по сути, все мировое пространство, и полем битвы в этих войнах вполне предсказуемо оказалась медиасфера.

Ключевые слова: конвергенция; симулякр; гиперреальность; картина мира; постмодерн; медиaprостранство; средства массовой информации; журналистика; новые медиа; ценности; постправда

ВВЕДЕНИЕ

Современные вызовы времени заключаются в том, что в условиях стремительного развития информационных технологий, когда владение информацией действительно конвертируется в реальную власть, а специалисты в области вычислительных систем открывают беспрецедентные возможности в области обработки данных, вплоть до создания поведенческих алгоритмов, возникает насущная потребность в осмыслении новых трендов в сфере медиакоммуникаций, на основе которых и формируется сегодня новое медиaprостранство. Соответственно, требует осмысления и вся система подготовки нового типа специалиста, который должен быть не только высококлассным профессионалом, одинаково хорошо владеющим и новыми инфор-

мационными технологиями, и новейшими методиками в области коммуникаций, т. е. основными компетенциями конвергентной журналистики, но и быть глубоко социализированной личностью, в полной мере овладевшей медиакультурой. В нашей статье мы остановимся на некоторых, с нашей точки зрения, ключевых трендах, характеризующих современное медиaprостранство.

КОНВЕРГЕНЦИЯ КАК УСЛОВИЕ ПОЯВЛЕНИЯ НОВЫХ МЕДИА

По мнению известных отечественных исследователей журналистики Е. А. Барановой, Е. А. Вартановой, Т. Н. Владимировой, С. Г. Корконосенко, Г. В. Лазутиной, В. Д. Мансуровой, В. В. Панферовой, В. В. Смеюхи, О. В. Смирновой, Л. Г. Свитич, М. В. Шкондина и др., одним из главнейших факторов, повлиявших на глобальные изменения в системе современных массмедиа, а масштаб этих изменений никто не подвергает сомнению, стала конвергенция (Баранова, 2010; Вартанова, 2019; Владимирова и др., 2020; Корконосенко, 2020; Лазутина, 2012; Мансурова, 2002; Смеюха, 2013; Свитич, 2018). Понятие конвергенции пришло в систему массмедиа, и в частности в журналистику, из смежных наук. Еще в 1940-х гг. немецкий экономист Вальтер Ойкен (Ойкен, 1995) впервые выдвинул концепцию конвергентного характера развития человечества (Карпенко, 2013: 190). В следующем десятилетии эта теория нашла продолжение в социологии, политике, экономике и, наконец, в наше время, в журналистике, где в основном используется для обозначения различных интегрирующих процессов. Можно сказать, что именно в медиасреде ключевую роль играют технологический и коммуникационный процессы. Для СМИ конвергенция понимается как «системные магистральные изменения в структуре, функционировании и других сферах деятельности массмедиа» (там же: 191). Исследователи связывают ее в первую очередь «с трансформацией в практической журналистике существующего информационно-коммуникационного пространства и известных способов передачи информации» (там же).

Впоследствии феномен слияния различных технологий в средствах массовой информации проанализировал американский социолог, основатель теории информационного общества Даниел Белл. «Сейчас технологии, некогда существовавшие в разных областях применения, стирают эти различия, так что потребители информации получают в свое распоряжение множество альтернативных средств. <...> Слияние воедино технологий телефона, компьютера, факса, кабельного телевидения и видеодисков будет вести ко все более глубокой реорганизации способов коммуникации между людьми, к сокращению, если не к полной ликвидации, бумаги в качестве материального носителя информации, к новым способам проведения досуга, к реорганизации образования на основе компьютерного обучения и широкого распространения видеодисков» (Белл, 1986: 334, 336; цит. по: Карпенко, 2013: 191). В области преобразования массовых коммуникаций процесс конвергенции всех технологических средств передачи информации, который прогнозировал Д. Белл более трех десятилетий назад, на современном этапе осуществляется в форме новых информационных технологий, цифровизации, всепроникающей мощи Интернета. Конвергенция в медиасреде неизбежно привела к появлению и нового типа журналистики, так называемой конвергентной, и соответственно — конвергентного журналиста.

Известный испанский социолог Мануэль Кастельс выделяет в качестве одной из главных характеристик конвергентной журналистики оперативность (Кастельс,

2004: 37). С точки зрения Кастельса, время перестает быть объективной величиной, хотя все также остается одной из главных характеристик ситуации. Это приводит к тому, что ценность любой информации, в том числе и той, что производится в СМИ, может уменьшаться абсолютно по разным причинам, не придерживаясь каких-либо законов и правил. То есть та же новость, выпущенная через 15 минут после события, о котором она рассказывает, может уже устареть, так как пару минут назад у другого издания или канала информация появилась более оперативно. Здесь стоит отметить появление нового инструмента, которого в СМИ до появления новейших технологий коммуникации не было. Это редактирование новости в режиме лайв. Тут сразу стоит отметить, чем это отличается от прямого эфира. Вы можете отредактировать новость, при этом время публикации не изменится, и человек, который просмотрит ее в дальнейшем, будет твердо уверен, что вы обладали этой информацией еще час назад, что сделает вас для него хедлайнером¹, ведь фактор оперативности сейчас считается одним из самых показательных. Интересно это прежде всего тем, что так человек практически программирует время, вмешиваясь в его линейное течение, после чего оно линейным быть и перестает. Иначе говоря, речь идет о манипулировании сознанием. Аудитория воспринимает в данном случае события не так, как они происходят в реальном времени, а так как их представляет тот самый хедлайнер. Но это вопрос, больше касающийся философии или физики, нежели журналистики.

В конечном счете, по заключению известного исследователя трансформационных изменений современного медиaprостранства профессора Л. П. Шестеркиной, «конвергентная журналистика — это особый вид профессиональной деятельности по производству системы журналистских материалов, созданных в условиях конвергенции СМИ, объединенных на медиарынке сетевыми технологиями и услугами и предназначенных для трансляции их по различным каналам связи. На базе цифровых технологий медиапродукция производится для различных видов СМИ и распространяется различными способами: печатные издания, Интернет, радиовещание и телевидение» (Шестеркина, 2011).

Следует также отметить, что именно под влиянием конвергенции появились так называемые кросс-медиа. Термин новый, появившийся только с развитием конвергенции, который означает специфическую особенность журналистской деятельности, когда отправитель сообщения в лице журналиста не ограничен спецификой одного медиа. Кросс-медиа позволяют ретранслировать одно и то же послание, не меняя содержания, в разных формах. Хорошим примером может быть, например, «Московский комсомолец»: вы читаете что-то в газете, а для получения дополнительной информации переходите на сайт, где можете получить ее уже в другом формате, например видео или инфографики. То же самое применимо и к телеканалам, каждый из которых имеет свой сайт, а некоторые даже мобильное приложение, как например «Россия» или «Москва 24». При этом наполнение данных ресурсов контентом не ограничивается одной только ретрансляцией того, что было в эфире. Зачастую целые отделения на каналах работают над производством контента для дополнительных ресурсов, которые, минуя само телевидение, сразу же появляются там, как это происходит, к примеру, в некоторых интернет-СМИ, таких как «Meduza», «Лента», «Life.ru» и т. д.

Теперь мы можем рассмотреть основные факторы, зародившиеся в современной журналистике под влиянием конвергенции. И первый из них — это так называемая

конвергентная редакция, а также появление в ней новых журналистских специальностей, таких как контент-маркетолог, контент-менеджер, бильд-редактор и т. д. Контент-маркетолог, например, занимается разработкой и воплощением контентной стратегии, начиная от подбора информационного повода до составления плана публикаций, подбора площадок и оформления написанных материалов. Ранее все эти задачи выполнял редактор, за исключением подбора площадки, но сейчас функции редактора тоже изменились, и часть из них перешла в компетенцию новых специалистов, в частности бильд-редактора, отвечающего «за картинку».

Второй фактор — это изменение циклов производства и публикации материалов ввиду того, что одна конвергентная редакция имеет в своем распоряжении две площадки и более, и в зависимости от различных факторов материал должен публиковаться в определенной последовательности или одновременно (если того требует ситуация) на тех площадках, которые есть в распоряжении редакции. Например, спортивный еженедельник «Футбол. Хоккей». Здесь мы имеем редакцию, которая работает с сайтом, социальными сетями и печатным изданием. Если материал или новостная заметка изначально производилась для сайта и открытого доступа, то они сначала тут же публикуются и в социальных сетях, но если материал был изначально запланирован для печатного издания еженедельника, то хотя бы в течение недели он должен сохранять эксклюзивность. Делается это для того, чтобы у аудитории была мотивация покупать и печатаное издание «Футбол. Хоккей».

Третьим фактором можно назвать изменение планирования и продвижения материалов. В конвергентной редакции тщательность и интенсивность планирования становятся куда более важными, чем в традиционной редакции. Это связано с круглосуточной моделью вещания, к которой так или иначе стремятся все конвергентные редакции, и еще с несколькими характерными для них факторами:

1) технический процесс производства медиaproдуктов для разных платформ может кардинально отличаться;

2) производство контента для разных платформ с использованием одного и того же исходного материала требует дополнительного времени на коммуникацию между отделами и сотрудниками;

3) редакция должна уже на этапе планирования представлять историю, которую рассказывает в целом, а не ее составляющие, и для этого необходимо учитывать особенности и возможности всех платформ, на которых будет осуществляться публикация.

Необходимо также выделить основные преимущества конвергентной редакции:

— ориентация на потребности целевой аудитории, т. е. при наличии множества платформ мы можем реализовать потребности аудитории каждого сегмента по отдельности, не теряя при этом ее часть;

— возможность разнообразного освещения одного события — за счет того, что конвергентные редакции имеют доступ к разным платформам, мы можем использовать преимущества каждой из них;

— оперативность в подаче новостей;

— повышение качества информационного контента за счет возможности его раскрытия в различных форматах.

Еще одно важное нововведение, которое привнесли процессы конвергенции в журналистику, — это появление понятия «универсальный журналист». В «Журналистском словаре» Э. П. Кессарийского 2002 г. дано такое определение термина:

универсальный журналист — это «тот, кто обладает отточенным пером, разбирается в основах верстки, может раздобыть рекламу. Ему доверяют роль дежурного редактора, он не бросит коллег в беде. Он всеобъемлющ» (Кессарийский, 2002: 279). На современном этапе это понятие расширилось до понимания универсальности журналиста как специалиста, способного писать и располагать тексты на различных медиаплатформах, т. е. «cross-media trained journalist» (Aquino, Bierhoff, Orchard and Stone, 2002: 8).

Исходя из всего перечисленного, можно сделать вывод, что именно конвергенция стала одним из главных необходимых условий для мощного и стремительного развития информационных технологий, в частности для появления новых медиа, приведших к полномасштабной трансформации журналистики.

ЭПОХА СИМУЛЯКРОВ

Известный российский философ, культуролог А. Я. Флиер в своей книге «Тезаурус основных понятий культурологии» определяет «симулякр» как «псевдо-вещь, тень от ничего, продукт имитации реальности или игры в нее» (Флиер, Полетаева, 2008: 226). По определению известного французского культуролога и философа-постмодерниста Жана Бодрийяра, разработавшего теорию симуляции в постмодернизме, симулякр — это симуляция, или подмена действительности (Бодрийяр, 2013). Симуляция — это, по нашему мнению, как раз и есть ключевая характеристика нашего времени, определяющая его содержание. Особенно очевидным это явление представляется в сфере современных медиа, где одну из главнейших ролей, наряду с техническим прогрессом, искусством и литературой, играет журналистика. Эффект реальности, по словам Ж. Бодрийяра, имитируется и утрируется, и во многом здесь ответственна как раз журналистика, создающая так называемую картину мира (там же). Но в том-то и дело, что в реальной действительности картина мира, создаваемая современными, прежде всего «новыми» СМИ, является не чем иным, как симуляцией, тем самым «симулякром», по меткому определению А. Я. Флиера, впрочем, как и каждая новость, основанная на реальном событии, порождаемая современными массмедиа. Фактически реальность, которую современный человек черпает из СМИ и литературы, часто в значительной мере отличается от действительности, но именно эта реальность и формирует его представление о мире, о чем в свое время писал один из авторов этой статьи Ю. А. Головин: «Литература своими специфическими средствами способна влиять на формирование структуры антропологических ценностей, на процесс художественного моделирования картины мира личностью» (Головин, 2010: 2). Это всецело относится к СМИ, так как моделирование картины мира (Коханая, 2009) и является одной из главных функций журналистики в эпоху постмодерна. А потому именно журналистика сегодня является одним из главных поставщиков симулякров, создающих гиперреальность, или так называемую «постправду», на чем мы остановимся ниже.

По мнению большинства исследователей современного общества, мы живем сегодня в системе тотальной симуляции, т. е. в гиперреальности, в то время «когда один за другим умерли Бог, Человек, прогресс и сама История, уступив место коду» (Бодрийяр, 2011: 32). Само собой, воспринимать это высказывание стоит не в прямом смысле. Под «смертью» здесь подразумевается изменение метафизического значения данных слов, как и многих других, которые также потеряли свой вес в процессе симуляции. Все теперь задается кодом, а гиперреальность регулируема, —

реальность же в новых условиях представляется вторичной и отходит на второй план в отношении симулякров. Однако сразу важно отметить один момент: симулировать — это не то же самое, что изображать. Для Бодрийера, к примеру, эти два понятия имеют принципиально разное значение. Изображение — это лишь внешняя копия, как, например, копия дома, которая выглядит так же лишь снаружи. Симуляция же повторяет оригинал полностью, вплоть до того, что может занять его место, тем самым уничтожив оригинал, или референт, как называют его философы-постмодернисты (Бодрийер, 2013: 6). В наше время абстракция перестает быть абстракцией, симуляция — это порождение модели реального, лишенное источника, когда копии не предшествует оригинал. С момента уничтожения референта, по их мнению, симулякр становится единственным знаком реальности.

Тот самый референт уничтожается и заменяется симулякром, на котором строится и из чего состоит затем гиперреальность, или, как мы уже отметили выше, пост-правда. Симулякр — это своего рода операционный дубликат, копия копии или того, чего в реальности нет. Это как раз тот дом, который заменяет оригинал из предыдущего примера. Или, по словам Ж. Бодрийера, «симулякр никогда не является тем, что скрывает истину, — это истина, которая скрывает, что ее не существует. По сути, в новых условиях развития информационных технологий симулякр — это истина» (там же: 15).

Но постмодернистская или даже постпостмодернистская реальность (Павлов, 2019; Курицын, 1997) включает в себя не только симуляцию, также происходят замещения субъекта разнообразными безличными структурами, где главным становится производство знаковых, а не материальных ценностей. Не зря говорится, что главным товаром в информационном обществе, которое и приходится на время постмодерна, является сама информация, что приводит к смене познавательной парадигмы, делая информацию основой всего. Естественно, это неизбежно ведет и уже фактически привело к кардинальному изменению системы ценностных ориентиров и созданию новых этических платформ.

К тому же новейшие технологии, проникшие сегодня во все сферы жизни, прежде всего в систему коммуникаций, позволяя СМИ охватывать весь диапазон реальности (Смеюха, Акопов, 2015), каждое хоть сколько-нибудь значимое событие и заменять его собственным симулякром, тем самым перекраивая практически всю реальность. Они воскрешают ее в системе знаков и переводят в гиперреальность, создавая как бы новую картину мира. Журналистика не только заменяет событие знаком реальности, но и формирует определенное отношение и реакцию на него, а также создает контекст, внутри которого может развиваться тема практически до бесконечности, порождая один симулякр из другого. Ее главной целью больше не является освещение каких бы то ни было событий или происшествий, главным становится бесконечное продолжение процесса симуляции, возводящее его в абсолют и делающее его своим смыслом. За счет этого журналистика имеет фактически наибольшее влияние на процесс формирования «структуры морального сознания и характера, применения моральных норм и принципов» (Печенкина, 2006), поскольку все наше мировосприятие строится на видении той реальности, которую порождают для нас СМИ.

Хорошим примером того, как СМИ придают новый смысл событию даже при его изначальном отсутствии в реальности, тем самым меняя восприятие людей, является террористический акт. Вот что Ж. Бодрийер пишет об этом: «Повсюду можно на-

блюдать прецессию средств массовой информации в отношении террористического насилия. Именно это придает насилию специфически современную форму, гораздо более современную, нежели так называемые “объективные причины”, которые мы стараемся ему приписать: ни политические, ни социальные, ни психологические причины несоизмеримы с этим событием» (Бодрийяр, 2000: 44). Выходит так, что сам акт террористического насилия является знаком, который в дальнейшем воскрешается в СМИ уже в другом виде, с новым смыслом. Уже после своего воспроизведения в СМИ террористический акт становится получателем информации, т. е. дополняется и разрастается, в том числе и получая моральную оценку, которая является «следствием процессии симулякров» (Бодрийяр, 2013), или моральным симулякром. При этом сам по себе теракт без освещения его в СМИ и дальнейшего производства бесконечных симулякров, несмотря на реальную трагедию втянутых в него людей, всего лишь частный и сравнительно незначительный случай. Достаточно сказать, что в ДТП в течение суток в мире гибнет в десятки раз больше людей, в том числе детей и стариков, чем во всех терактах в течение года. И никто не боится садиться в автомобиль.

ПОСТПРАВДА В УСЛОВИХ ГИБРИДНЫХ ВОЙН

В самом общем смысле гибридная война — это действия, направленные на уничтожение, ослабление противника или смены его политического режима, не прибегая при этом к классическому военному вторжению, т. е. без применения традиционного оружия, захвата территории, уничтожения живой силы и разрушения материальных ценностей. Основные методы современной гибридной войны — это сочетание провокаций, скрытых диверсий, кибератак, экономических санкций, финансовой и моральной поддержки повстанческих и оппозиционных движений как внутри противной стороны, так и по периметру ее границ и т. д. Очевидно, что важнейшая роль в гибридной войне отводится информационным технологиям, и прежде всего СМИ. А инструментом как раз и является постправда. Самые активные участники гибридных войн сегодня — США, Великобритания, Турция, Израиль, Иран, Китай, Россия.

В современной журналистике симулякр в своем развитии зачастую превращается в вымысел, или попросту в ложь. Некоторые ученые утверждают, что мы и вовсе живем даже не в эпоху симулякров, а в эпоху постправды, окруженные ложью и вымыслом. Только один пример. По подсчетам газеты «Вашингтон пост», за два года после своей инаугурации президент США, самой могущественной экономической и военной державы, чьи высказывания в принципе способны обрушить любой рынок и даже привести к началу военного конфликта в любой точке мира, Дональд Трамп сделал более 6000 ложных публичных заявлений. В речи, произнесенной им в мае 2018 г., из 98 фактологических утверждений 76% были ошибочными. И подобные обвинения, может быть, и не в таких, конечно, масштабах, сегодня повсеместны. Современное медиaprостранство и впрямь буквально заполнено недостоверной информацией, разного рода фейками, а по сути, постправдой. Не отрицая самого этого факта, хотим вначале лишь уточнить термин «постправда». Важно понимать, что постправда, хоть она и есть порождение симулякров, но с симулякрами это далеко не одно и то же. Дело в том, что постправда, как мы ее понимаем, определяет не саму информацию и даже не ее качество, а скорее ее восприятие человеком, мозги которого достаточно «промыты» определенной пропагандой или идеологией. Она мо-

жет быть и наполовину правдой, и даже вполне реальной информацией. Важно, как она подана и как к ней относятся вполне определенные потребители. Конечно, зачастую это абсолютный фейк, иногда даже явный «бред», но воспринимаемый «зомбированными» людьми на полном серьезе. Классический пример — история с мальчиком из Донбасса, которого якобы «распяли» украинские «фашисты». Поскольку сюжет этот был показан по Первому каналу, а основные потребители его информации были уже достаточно подготовлены предыдущими картинками о «зверствах» украинских войск на Донбассе, и правдивыми, и придуманными, он многими был воспринят как реальность. И даже после разоблачения этого фейка самим Первым каналом, далеко не все поверившие в этот фейк поверили теперь в разоблачение его. Для многих потребителей данной информации этот фейк теперь так и остался в сознании реальностью, т. е., по сути, превратился в ту самую постправду, вопреки реальному факту. В принципе, в формировании постправды факт даже не является обязательным условием, и если даже таковой имеет место быть, он выступает лишь в качестве «гарнира». Постправда оперирует эмоциями потребителя, и информация здесь — дело второе, она лишь помогает манипулировать загрязненными определенной идеологией «мозгами» человека.

Здесь даже выработалась своя технология, и она постоянно совершенствуется. Вот тому яркий пример. Пропагандистская машина современной Украины активно использовала информацию о голодоморе, якобы случившемся по вине советской, читай российской, власти на юге Украины в начале 1930-х гг. Если убрать эмоциональную «шелуху», хотя в данном случае она как раз играет значительную роль в «промыивании мозгов», то суть сводится к следующему. Вначале идет подготовка сознания. В данном случае внедряется в умы, как мантра, тезис о том, что «моска-ли», т. е. россияне, а значит, русские, давно и рьяно ненавидят украинцев. Соответственно и советская, т. е. «москальская» власть, тоже ненавидела украинцев вплоть до попыток уничтожить не только украинский язык, украинскую культуру, но и сам украинский народ. Как пример тому — искусственно устроенный «москальской» властью голод на Украине — голодомор. Далее — целый ряд фактов и цифр, причем вполне реальных, в том числе, «убойных» историй о пухнувших с голоду детях, о полностью вымерших станицах, о матерях, вскармливавших грудных детей своей кровью, о каннибалах и т. д. Этот голодомор теперь, а надо отдать должное пропагандистам — найдено «забористое», запоминающееся слово — ярко расписан даже в школьных учебниках, а детей и интуристов для пушечей наглядности водят в музей Голодомора. И соответственно ненависть к России, к русским естественным образом распространяется и усиливается.

Но в том-то и дело, что вся эта история — абсолютная постправда, не имеющая почти никакого отношения к реальным событиям. Во-первых, советская власть никогда не была националистической и даже национальной, в частности русской. Это, по задумке большевиков, была власть всех рабочих и крестьян, диктатура мирового пролетариата, в том числе и украинского. Кстати сказать, в 1920-е гг. в ЦК партии большевиков, который, собственно, и принимал все решения, в том числе и в связи с так называемым голодомором, русских как таковых было всего-то два человека, а украинцев и выходцев с Украины, к примеру, пять. Данные открыты — легко можно проверить.

Во-вторых, советскую власть, по крайней мере в начальный, самый важный для нее период становления, трудно назвать «москальской». Если уж и привязывать ее

к городу, то скорее к Санкт-Петербургу, тогда к Петрограду. Москва была торговой, купеческой столицей России, и никакого особенного революционного настроения здесь не было. Ленин же перевез сюда правительство исключительно по причине безопасности, подальше от европейских границ, у которых уже собирались армии интервентов.

И, наконец, в-третьих. Действительно, на юге Украины в начале 1930-х гг. был страшный голод. И большинство «картинок» и фактов в рассказах о голодоморе — правда. Отец одного из авторов данной статьи, Алексей Андреевич Головин, русский, казак в пятом поколении из станицы Терновская Тихорецкого района, пережил голодомор четырехлетним ребенком. Это от него, а отнюдь не от украинских пропагандистов сын узнал, как дети — и русские, и украинские, и цыганские, а в казачьих станицах, как известно, всегда было много цыган — пухли от голода, как ночами на подводах вывозили их трупы и выбрасывали в яр, лишь присыпав глиной; как мальчишки ночами раскапывали мышинные норки и забирали в них заготовленные мышами на зиму зерна кукурузы, а утром приходили активисты и забирали и этот мышинный взнос. Кстати, особенно ярым активистом, по крайней мере в станице Терновская, был как раз украинец по фамилии Оселедец, который, видимо, считал, что именно таким образом он устанавливает советскую власть на Кубани. Но это, естественно, абсолютная случайность. Не случайность то, что русская казачья станица Терновская, как и сотни других казачьих станиц в России и на Украине, почти полностью вымерла в 1933 г.

Или вот совсем свежий пример, связанный с последними событиями в Белоруссии. Известный белорусский блогер ультралиберального толка предположил в одном из своих постов, что Александр Лукашенко в силу своего характера мог сам участвовать в попытках оппозиционеров или, по крайней мере, наблюдать за ними. Его тут же «перепостили», «забыв» в какой-то момент сообщить, что это лишь предположение, и уже через некоторое время вполне солидная российская радиостанция «Эхо Москвы» «через запятую» обнародовала этот фейк как реальную информацию. И дальше она уже в виде постправды пошла гулять по Сети, и президент Белоруссии А. Лукашенко в глазах определенной публики предстал уже законченным отморожком. Так сегодня формируется медиaprостранство. А если учесть, что современный потребитель уже давно сам не ищет информации, а лишь «гуглит» ее, то живем мы не в реальном мире, а в том, который придумал «Гугл», вернее, конечно, его хозяева.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

К сожалению, следует признать, что революционные изменения информационных технологий в начале XXI в. совпали с началом полномасштабных гибридных войн, охвативших, по сути, все мировое пространство. Хотя, может быть, и наоборот, гибридные войны, разразившиеся по всему миру, подтолкнули к бурному развитию информационных технологий. Не это важно. Главное, полем битвы в этих войнах вполне предсказуемо оказалась медиасфера. И в этой войне, как и в любой войне, используются любые методы. Так, конвергенция, опираясь на современные информационные технологии, значительно расширила возможности получения и распространения информации, совершив, по сути, революцию в медиасфере; постмодернистская психология средств массовой информации подменила реальность симулякрами, а пропагандистская война, бушующая на всем мировом пространстве,

заполонила мир постправдой. Стало очевидным, что расширение и практически полная открытость информационного пространства, когда огромное количество людей стали не только потребителями, но и создателями контента, никак не гарантируют нам реальное, правдивое понимание действительности. Более того, современные информационные технологии и технологии в области больших чисел и вычислительных систем по обработке данных, по сути, снабжают нас симулякрами, а журналистика почти повсеместно превращается в пропаганду.

ПРИМЕЧАНИЕ

¹ Термин, как и большинство английских слов, используемых в медиасфере, не имеет точного перевода на русский. Прямой перевод — «автор заголовков». В переносном смысле — «главный, гвоздь программы».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Баранова, Е. А. (2010) Процесс конвергенции СМИ и журналистское образование // Медиа-скоп : электронный научный журнал. №1. URL: <http://www.mediascope.ru/процесс-конвергенции-сми-и-журналистское-образование> (дата обращения: 23.10.2020).

Белл, Д. (1986) Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе / под ред. П. С. Гуревича. М. : Прогресс. 456 с. С. 330–342.

Бодрийяр, Ж. (2013) Симулякры и симуляция / пер. с фр. и вступит. ст. О. А. Печенкиной. Тула : Тульский полиграфист. 204 с.

Бодрийяр, Ж. (2011) Символический обмен и смерть / пер. с фр. и вступит. ст. С. Н. Зенкина. 2-е изд. М. : Добросвет. 387 с.

Бодрийяр, Ж. (2000) Прозрачность зла / пер. с фр. Л. Любарской, Е. Марковской. М. : Добросвет. 257 с.

Вартанова, Е. Л. (2019) Теория медиа: отечественный дискурс. М. : Фак. журн. МГУ ; Изд-во Моск. ун-та. 224 с.

Головин, Ю. А. (2010) Российские литературно-художественные журналы в системе культурной политики: содействие, компромисс, противостояние. М. : Московский государственный университет культуры и искусств. 269 с.

Владимирова Т. Н., Панферова В. В., Смирнова О. В., Свитич Л. Г., Шкондин М. В. (2020) Журналистика и интеллектуальный потенциал общества: теоретические подходы к системному анализу интеллектуального взаимодействия в медиапространстве // Вопросы теории и практики журналистики. Т. 9. № 1. С. 90–105.

Карпенко, И. И. (2013) Конвергенция в медиасреде: понятие и типы // Научные ведомости. Серия Гуманитарные науки. № 13 (156). С. 190–194.

Кастельс, М. (2004) Галактика Интернет : размышления об Интернете, бизнесе и обществе / пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитонова. Екатеринбург : У-Фактория (При участии издательства Гуманитарного университета). 328 с.

Кессарийский, Э. П. (2002) Журналистский словарь. Нижний Новгород : Нижполиграф. 236 с.

Корконосенко, С. Г. (2020) Социальность журналистики и медиа: методологические подходы // Вопросы теории и практики журналистики. Т. 9. № 3. С. 417–430.

Коханая, О. Е. (2009) Социокультурные функции детского и молодежного театра. М. : Московский государственный университет культуры и искусств. 294 с.

Курицын, В. (1997) Время множить приставки. К понятию постпостмодернизма // Октябрь. № 7. С. 179–183.

Лазутина, Г. В. (2012) Журналистский текст как знание оперативного назначения // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. № 5. С. 50–59.

Мансурова, В. Д. (2002) Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации : монография. Барнаул : Издательство Алтайского университета. 2002. 237 с.

Ойкен, В. (1995) Основные принципы экономической политики / пер. с нем. Л. А. Козлова, Ю. И. Куколева; общ. редакция Л. И. Цедилина, К. Херрманн-Пиллата; вступ. ст. О. Р. Лациса. М. : Прогресс. 496 с.

Павлов, А. В. (2019) Постпостмодернизм: как социальная и культурная теории объясняют наше время. М. : Издательский дом «Дело» РАНХиГС. 558 с.

Печенкина, О. А. (2006) Этика симулякров Жана Бодрийяра: анализ постмодернистской рецензии этического : дис. ... канд. филос. наук: 09.00.05. Тула : Тульский государственный педагогический университет им. Л. Н. Толстого. 159 с.

Свитич, А. Г. (2018) Журналисты и аудитория. Из социологического архива (1920–2015 гг.) : монография. М. : Икар. 486 с.

Смеюха, В. В., Акопов, А. К. (2015) Роль массмедиа в развитии профессиональной среды // Вопросы теории и практики журналистики. Т. 4. № 4. С. 408–419.

Смеюха, В. В. (2013) Вопросы медиалогии : монография. Ростов н/Д. : Российский государственный университет путей сообщения. 324 с.

Флиер, А. Я., Поletaева, М. А. (2008) Тезаурус основных понятий культурологии. М. : Московский государственный университет культуры и искусств. 284 с.

Шестеркина, Л. П. (2011) Формирование инновационной модели подготовки журналистов в контексте становления конвергентных СМИ: гуманитарный и технологический аспекты : дис. ... д-ра филос. наук: 10.01.10. М. : Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания. 565 с.

Aquino, R., Bierhoff, J., Orchard, T. and Stone, M. (2002) The European Multimedia News Landscape. Mudia Report. Heerlen: International Institute of Infonomics. 86 p.

Дата поступления: 28.10.2020 г.

NEW TRENDS IN THE ERA OF REVOLUTIONARY CHANGES IN INFORMATION TECHNOLOGY

*Yu. A. GOLOVIN, O. E. KOKHANAYA
MOSCOW UNIVERSITY FOR THE HUMANITIES*

The authors consider the specifics of the functioning of new media, the processes of convergence in media space, the phenomenon of post-truth as a new feature in media sphere, emphasizing the most important role of the media in the processes of social construction.

The authors note that the picture of the world created by modern mass media often is, in fact, just a simulacrum, in the sense that the famous Russian philosopher A. Y. Flier and other cultural and postmodern philosophers understand this term. The reality that the modern person draws from the media and literature often differs significantly from actuality, but it is this distorted reality that forms his idea of the world.

Investigating the phenomenon of post-truth, the authors note that in modern journalism, the simulacrum in its development often turns into fiction and modern society is often surrounded by lies and fiction, and in fact, by post-truth. According to the authors, post-truth, as a product of simulacra, does not determine the information itself, or even its quality, but rather its perception by a person who already has certain stereotypes and ideologies in his mind. The authors conclude that the revolutionary changes in information technology in the early 21st century coincided with the beginning of full-scale hybrid wars, which, in fact, covered the entire world space, and the media sphere became quite predictably the battleground in these wars.

Keywords: convergence; simulacrum; hyperreality; picture of the world; postmodern; media space; mass media; journalism; new media; values; post-truth

REFERENCES

Baranova, E. A. (2010) The process of media convergence and journalism education. *Electronic scientific journal "MediaScope"*, no. 1 [online] Available at: <http://www.mediascope.ru/> процесс-конвергенции-сми-и-журналистское-образование (accessed: 23.10.2020). (In Russ.).

- Bell, D. (1986) Sotsial'nye ramki informatsionnogo obshchestva. In: *Novaia tekhnokraticeskaiia volna na Zapade* / ed. by P. S. Gurevich. Moscow, Progress. 456 p. Pp. 330–342. (In Russ.).
- Baudrillard, J. (2013) *Simuliakry i simuliatsiia* / transl. from French and intr. article by O. A. Pechenkina. Tula, Tul'skii poligrafist. 204 p. (In Russ.).
- Baudrillard, J. (2011) *Simvolicheskii obmen i smert'* / transl. from French and intr. article by S. N. Zenkin. 2nd ed. Moscow, Dobrosvet. 387 p. (In Russ.).
- Baudrillard, J. (2000) *Prozrachnost' zla* / transl. from French by L. Lyubarskaya, E. Markovskaya. Moscow, Dobrosvet. 257 p. (In Russ.).
- Vartanova, E. L. (2019) *Teoriia media: otechestvennyi diskurs*. Moscow, Moscow State University Publ. 224 p. (In Russ.).
- Golovin, Yu. A. (2010) *Rossiiskie literaturno-kbudozhbestvennye zburnaly v sisteme kul'turnoi politiki: sodeistvie, kompromiss, protivostoianie*. Moscow, Moscow State University of Culture and Arts Publ. 269 p. (In Russ.).
- Vladimirova, T. N., Panferova, V. V., Smirnova, O. V., Svitich, L. G., Shkondin, M. V. (2020) Zhurnalistskaia i intellektual'nyi potentsial obshchestva: teoreticheskie podkhody k sistemnomu analizu intellektual'nogo vzaimodeistviia v mediaprostranstve. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, vol. 9, no. 1, pp. 90–105. (In Russ.).
- Karpenko, I. I. (2013) Konvergentsiia v mediasrede: poniatie i tipy. *Nauchnye vedomosti. Seriia Gumanitarnye nauki*, no.13 (156), pp. 190–194. (In Russ.).
- Castells, M. (2004) *Galaktika Internet : razmysleniia ob Internete, biznese i obschbestve* / transl. from English by A. Matveev; ed. by V. Kharitonov. Yekaterinburg, U-Factoria (With the participation of the publishing house of the Humanitarian University). 328 p. (In Russ.).
- Kessariyskiy, E. P. (2002) *Zhurnalistskii slovar'*. Nizhny Novgorod, Nizhpoligraf. 236 p. (In Russ.).
- Korkonosenko, S. G. (2020) Sotsial'nost' zhurnalistiki i media: metodologicheskie podkhody. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, vol. 9, no. 3, pp. 417–430. (In Russ.).
- Kokhanaya, O. E. (2009) *Sotsiokul'turnye funktsii detskogo i molodezhnogo teatra*. Moscow, Moscow State University of Culture and Arts Publ. 294 p. (In Russ.).
- Kuritsyn, V. (1997) Vremia mnozhit' prstavki. K poniatiiu postpostmodernizma. *Oktiabr'*, no. 7, pp. 179–183. (In Russ.).
- Lazutina, G. V. (2012) Zhurnalistskii tekst kak znanie operativnogo naznacheniia. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriia 10 Zhurnalistskaia*, no. 5, pp. 50–59. (In Russ.).
- Mansurova, V. D. (2002) *Zhurnalistskaia kartina mira kak faktor sotsial'noi determinatsii*. Barnaul, Altai University Publ. 237 p. (In Russ.).
- Oiken, W. (1995) *Osnovnye printsipy ekonomicheskoi politiki* / transl. from German by L. A. Kozlov and Iu. I. Kukolev; ed. by L. I. Tsedilin and K. Kherrmann-Pillat; intr. article by O. R. Latsis. Moscow, Progress. 496 p. (In Russ.).
- Pavlov, A. V. (2019) *Post-postmodernism: how social and cultural theories explain our time*. Moscow, Izdatel'skii dom «Delo» RANKhiGS. 558 p. (In Russ.).
- Pechenkina, O. A. (2006) *Etika simuliakrov Zhbana Bodriiara: analiz postmodernistskoi retsept-sii eticheskogo*. Diss. ... candidate of philosophical sciences. Tula, Tula State Pedagogical University named after L. N. Tolstoy. 159 p. (In Russ.).
- Svitich, L. G. (2018) *Zhurnalistskaia i auditoriia. Iz sotsiologicheskogo arkhiva (1920–2015 gg.)*. Moscow, Ikar. 486 p. (In Russ.).
- Smeyukha, V. V., Akopov, A. K. (2015) Rol' massmedia v razvitii professional'noi sredy. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, vol. 4, no. 4, pp. 408–419. (In Russ.).
- Smeyukha, V. V. (2013) *Voprosy medialogii*. Rostov-on-Don, Russian State Transport University Publ. 324 p. (In Russ.).
- Flier, A. Ya., Poletaeva, M. A. (2008) *Tezaurus osnovnykh poniatii kul'turologii*. Moscow, Moscow State University of Culture and Arts Publ. 284 p. (In Russ.).
- Shesterkina, L. P. (2011) *Formirovanie innovatsionnoi modeli podgotovki zhurnalistov v kontekste stanovleniia konvergentnykh SMI: gumanitarnyi i tekhnologicheskii aspekty*. Diss. ... Dr. of

philol. Sciences. Moscow, Institute for advanced training of television and radio broadcasting workers Publ. 565 p. (In Russ.).

Aquino, R., Bierhoff, J., Orchard, T. and Stone, M. (2002) *The European Multimedia News Landscape. Mudia Report*. Heerlen: International Institute of Infonomics. 86 p.

Submission date: 28.10.2020.

Головин Юрий Алексеевич — доктор культурологии, доцент, заведующий кафедрой журналистики Московского гуманитарного университета. Адрес: 111395, Россия, г. Москва, ул. Юности, д. 5. Тел.: +7 (499) 374-60-91. Эл. адрес: ygolovin@mosgu.ru

Коханая Ольга Евгеньевна — доктор культурологии, доцент, профессор кафедры журналистики Московского гуманитарного университета. Адрес: 111395, Россия, г. Москва, ул. Юности, д. 5. Тел.: +7 (495) 374-60-91. Эл. адрес: kokhanaya@mail.ru

Golovin Yuriy Alekseyevich, Doctor of Culturology, Head, Department of Journalism, Moscow University for the Humanities. Postal address: 5, Yunosti St., Moscow, Russian Federation, 111395. Tel.: +7 (499) 374-60-91. E-mail: ygolovin@mosgu.ru

Kokhanaya Olga Evgenyevna, Doctor of Culturology, Associate Professor; Professor, Department of Journalism, Moscow University for the Humanities. Postal address: 5, Yunosti St., Moscow, Russian Federation, 111395. Тел.: +7 (495) 374-60-91. Эл. адрес: kokhanaya@mail.ru

DOI: 10.17805/zpu.2020.4.17

Медийное пространство и его парадоксы

М. И. КОЗЬЯКОВА

ВЫСШЕЕ ТЕАТРАЛЬНОЕ УЧИЛИЩЕ (ИНСТИТУТ) ИМЕНИ М. С. ЩЕПКИНА
ПРИ ГОСУДАРСТВЕННОМ АКАДЕМИЧЕСКОМ МАЛОМ ТЕАТРЕ РОССИИ

Начало информационной эпохи связано с интенсивным развитием принципиально новых информационных технологий. На их основе складывается экранная культура. Ее центром является экран, который становится завершающим элементом современных электронных устройств. Экран, экранная культура генерируют становление и развитие медийной реальности, имеющей противоречивый, парадоксальный характер. В настоящее время экранная культура воспринимается как неотъемлемая часть жизни общества, его социокультурная среда. Массмедиа, медийная культура, их воздействие представляет собой один из центральных моментов тех глубоких трансформаций, которые произошли в образе жизни и ментальности нашего современника, поэтому возникает необходимость анализа данного феномена. В статье рассмотрены генетически опосредованные черты медийной реальности, ее парадоксы на онтологическом, социальном и аксиологическом уровнях.

Массовая коммуникация особым образом формирует картину мира, сферу публичности, социальные практики. Социальный и культурный образ современного мира складывается на основе доступа к информационным каналам, а не на основе достоверного знания. Социальные и культурные реалии современного мира онтологизируются средствами массовой коммуникации, способными упразднить, подменять и исказить фактический материал. Таким образом, возникает «удвоенный» смысл реальности — в виде фактически существующей в настоящий момент и в виде реальности, порожденной массме-