

Медиафилософия: проблемное поле исследования

Говоря о границах медиафилософии, ее проблемном поле исследования, мы неизбежно должны обратиться к той новой реальности, которая стала формироваться с последней трети XX века. При разнообразии подходов и критериев различных этапов развития общества правомерным представляется их анализ с позиций цивилизационных революций (трех волн, по О. Тоффлеру). Традиционно выделяются аграрная, или неолитическая, индустриальная и информационная революции, в результате которых формируются соответствующие типы общества.

Теория информационного общества стала разрабатываться в рамках концепции постиндустриального общества, и многими исследователями эти понятия трактуются как идентичные на основе технологического, экономического критериев, критерия сферы занятости и др. Однако, если подходить с иного критерия, критерия метауровня, то возможно рассмотрение не трех, а двух цивилизационных революций.

Первая (аграрная) была колоссальным прорывом, когда человек выделился из мира природы, совершив переход от потребительской (присваивающей) к производящей (собственно человеческой) деятельности, и началось формирование культуры как «второй природы», прежде всего, материальной, вещной, второй, неприродной реальности. Исходя из критерия метауровня, индустриальная революция даже с учетом ее достаточно глубоких социальных последствий не привела к подобному цивилизационному повороту, не изменила качественной сущности «второй природы».

Информационная революция создает принципиально иную реальность, связанную с феноменами виртуальности и символического отображения. И хотя на всех этапах развития человечество функционировало в символической среде, принципиальным отличием информационного общества является то, что эта среда приобретает иные качественные характеристики по масштабу, форме и содержанию, становясь по существу виртуальной, «третьей природой». М. Кастельс говорит о реальной виртуальности, где, «сама реальность (т.е. материальное/символическое

существование людей) полностью схвачена, полностью погружена (выделено нами – В. П., Ю. З.) в виртуальные образы, в выдуманный мир»¹.

Как пишет отечественный социолог Д. В. Иванов, происходит развеществление и возникает понятие виртуальной реальности, охватывающей все сферы общественной жизни. В экономике симулируются базовые компоненты экономических практик Модерна и, как следствие, виртуализируются соответствующие институты.² Результаты этих процессов мы наблюдаем сейчас на примере разразившегося финансово-экономического кризиса.

То же самое происходит в сфере политики: борьба за политическую власть сегодня – это не конкуренция программ действий – это борьба образов. «Мы живем в эпоху политики образов и образов политики»³.

Это, действительно, новый тип общества, в котором «информация снова становится суперзначимой, возвращается к своим исходным метасмыслам, снова становится креативной, созидающей силой»⁴, и в этом смысле приобретает новое значение библейское «В начале было Слово...».

В новом культурном пространстве формируется новый тип интегрированной культуры, охватывающей все сферы общественной жизни и образующей «некую функциональную целостность»⁵.

По мысли П. А. Сорокина, каждый тип «интегрированной культуры» обладает собственной ментальностью, собственной системой истины и знания, имеет собственную философию и *Weltanschauung*; особый тип религии и образцы «святости»; свое собственное представление о правильном и неправильном; особые формы искусства и литературы; нравы, законы, правила поведения; собственную экономическую и политическую организацию; наконец, специфический тип человеческой личности с особым складом ума и манерами поведения»⁶.

Функционирование новой реальности отражается и в тезаурусе: медиаплюрализм, медиалогика, медиакратия, медиамифология, медиаобразование, медиатированная реальность, нетикет, информационный империализм и т.д., и, что принципиально важно, уже получает политико-

¹ *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. - М., 2000. С. 351.

² См.: *Иванов Д. В.* Виртуализация общества. Версия 2.0. - СПб., 2002.

³ Там же. С.102, 108.

⁴ *Свитич Л. Г.* Феномен журнализма. - М., 2000. С. 79.

⁵ См.: *Сорокин П. А.* Социальная и культурная динамика: исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений. / Пер.с англ. В. В. Сапова. - СПб., 2000. С. 25, 45.

⁶ Там же. С. 45.

правовое оформление, что свойственно определенной целостности, хотя и продолжающей свое развитие.

Формируется определенная система политических документов международного и национально-государственного уровня, фиксирующих осознание реалий нового типа общества. Среди них - Окинавская Хартия глобального информационного общества 2000 г., Декларация о свободе коммуникации в Интернете, принятая Советом Европы в 2003 г., ряд резолюций ООН, посвященных проблеме международной информационной безопасности, Доктрина информационной безопасности РФ и другие документы.

Элементами объективации новой реальности в юридической сфере является корпус норм информационного права. Более того, с появлением Интернет сегодня уже говорят о зарождении некоего Cyberspace Law, праве информационных магистралей, или киберправе, праве телекоммуникаций - «правовом опосредовании деятельности в киберпространстве»⁷.

Источниками правового регулирования общественных отношений в рассматриваемой сфере выступают как международные, так и национальные документы, различные по своей юридической силе, например, Конвенция о преступности в сфере компьютерной информации 2001 г., Соглашение о сотрудничестве государств-участников СНГ в борьбе с преступлениями в сфере компьютерной информации 2001 г., Закон Великобритании от 25 мая 2000 г. «Об электронных коммуникациях» (Electronic Communications Act), Закон Японии от 24 ноября 2000 г. «О формировании общества перспективных информационных и телекоммуникационных сетей» (Basic Law on the Formation of an Advanced Information and Telecommunications Network Society) и т.д.

В числе российских нормативно-правовых актов, регулирующих вопросы, связанные с информацией, ее сбором, производством, хранением и передачей, а также проблемы массово-информационных процессов (например, свобода массовой информации, деятельность СМИ в различных условиях, правовой статус журналиста), можно назвать ФЗ от 27 июля 2006 г. «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», Закон РФ от 27 декабря 1991 г. «О средствах массовой информации» и другие.

Иными словами, мы можем констатировать наличие совокупности нормативно-правовых актов и договоров, так или иначе регулирующих

7 См.: Монахов В. Н. Свобода массовой информации в Интернете. Правовые условия реализации. - М., 2005. С. 24.; Дашян М. Право информационных магистралей. - М., 2007. С. 274.

общественные отношения в информационном обороте, но существующий юридический массив явно недостаточен: начиная от серьезных проблем в определении правовой природы Интернета, вопросов юрисдикции сети до неурегулированности такого, все более активизирующегося вида противоборства, как информационное, и нового вида войн – информационных.

В то время как сложилась целая отрасль - международное гуманитарное право, запрещающая или ограничивающая определенные методы и средства ведения войны (например, химическое, токсинное, бактериологическое оружие, противопехотные мины и т.д.), информационная война в части содержания информации и ее воздействия на сознание людей пока не является предметом непосредственного правового регулирования.

Потому как нет четких критериев перехода акций в информационной сфере в агрессию, сравнимую с территориальными посягательствами другого государства, фактически военные операции в информационно-психологической форме могут проводиться в условиях официального мира.

Принципиально иные качественные характеристики приобретают в современном обществе масс-медиа. В условиях медиатизации политики и политизации СМИ чрезвычайно важной становится проблема свободы массовой информации, которая нередко оборачивается вседозволенностью и далеко не способствует укреплению информационного здоровья общества. Вызывает тревогу негативное воздействие сцен насилия и жестокости, заполняющих экраны телевизоров.

Американские исследователи медиавоздействия сделали вывод об «эффекте прайминга», то есть роли предварительной подготовки аудитории в восприятии продукции масс-медиа⁸. Этот эффект наблюдается при активации когнитивных структур пользователей СМИ. Медиасообщения активируют уже сформированные у потребителя понятия, знания, память об опыте, которые связываются и ассоциируются с содержанием медиаматериалов. В этом смысле как крайне некорректную можно рассматривать широко используемую рекомендацию «Переключи канал».

Конечно, взрослый человек сможет отрефлексировать выбор, переключить канал, отторгая разрушительную информацию. Но молодежь, а особенно подростки и дети, не имея необходимой подготовки, нравственно-психологической устойчивости, оказываются подвержены небезопасному воздействию. Следует также учитывать, что миллионы детей и подростков в

⁸ См.: *Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. / Пер. с англ. В. В. Кулебы и Я. А. Лебеденко. - М., 2004.*

России вынуждены жить в неблагоприятной среде и имеют соответствующую «предварительную подготовку».

И это именно тогда, когда СМИ могут стать позитивным фактором в сохранении самобытной культуры и национальной идентичности России в глобализирующемся мире.

В этом смысле достойно сожаления, что не нашло отклика обращение Международной федерации журналистов к правительствам и политикам «подтвердить принципиальные отличия продукции средств информации от других товаров, продающихся на свободном рынке. Политика в области информации должна отражать социальные и культурные императивы. Государственная политика должна учитывать ударную волну воздействия новых информационных услуг на культуру и общество»⁹.

Таким образом, можно констатировать, что становящаяся новая, информационная реальность, ускоряя развитие цивилизации, порождает новые проблемы и угрозы, а именно:

✓ появляется новая форма социального неравенства, «цифрового неравенства» и, как следствие, возможность духовной экспансии информационно богатых стран, что несет угрозу сохранению национальной культуры и национальной идентичности;

✓ расширяются возможности манипулирования сознанием людей, обостряется угроза информационно-психологической безопасности личности;

✓ создание продукта в политике, искусстве превращается в самостоятельный проект, происходит отчуждение, искажение смысла.

Становящаяся новая реальность неизбежно ставит перед медиафилософией необходимость обращения к исследованию и таких проблем, как соотношение информационного и постиндустриального общества, информационной культуры, являющейся сложным и многогранным феноменом, взаимодействия общества и личности и целого ряда других.

Эти проблемы исследуются в социологии и политологии, при чем господствует технократический подход, как в понимании самой сущности информации, так и в выборе показателей характеристики общества.

По технико-технологическим показателям, видимо, общество можно охарактеризовать как информационное, но, с точки зрения аксиологического измерения, оно находится на уровне индустриального, оставаясь в плену потребительских ценностей.

⁹<http://www.ruj.ru/international/unesco/unescocom2.html>.

«Информация существует. Чтобы существовать, она не нуждается в том, чтобы ее воспринимали. Чтобы существовать, она не нуждается в том, чтобы ее понимали ... Чтобы существовать, ей не требуется иметь смысл. Она существует», - пишет Т. Стоуньер¹⁰. Об этом же говорит и Т. Розак, отмечая, что «для теоретиков информационного общества совершенно не важно, передаем ли мы факт, суждение, плоское «общее место», глубокое учение, высокую истину или грязную непристойность»¹¹.

Такое понимание информации, по мысли Ф. Уэбстера, свойственно не только технологической и пространственной концепциям информационного общества, но и экономической. «Здесь не пользуются «битом» как единицей измерения, но все равно смысл вытесняется общим показателем цены (Arrow, 1979)»¹².

Понять роль информации в современном мире можно лишь, обращаясь к ее смыслу, анализируя явления информатизации с философских позиций.

Технократический, количественный подход к анализу сущности формирующегося общества, определяемого как информационное, позволяет считать его постиндустриальной, посткапиталистической стадией. Однако это далеко не бесспорное утверждение. «Я стараюсь обратить ваше внимание, - пишет Ф. Уэбстер, - на новые черты капитализма, и мне кажется существенным подчеркнуть, что основные его принципы остались прежними, они только укрепились и применяются более широко. ... Глобальное сетевое общество, в котором мы сегодня оказались, - более полное воплощение, или, если угодно, трансмутация, хорошо известных принципов капиталистического общества. Как замечает Кришан Кумар, информационный взрыв не произвел никаких радикальных сдвигов ни в том, как организованы индустриальные общества, ни в том, куда направлено их развитие. Господствуют те же императивы получения прибыли, власти и контроля, как это было всегда в истории капиталистического общества»¹³.

Здесь обостряется еще одна проблема – проблема разрыва между технико-технологическим и гуманитарным, нравственным уровнем развития общества. Сами по себе информационно-коммуникационные технологии как одно из достижений человеческого разума не определяют направление и содержание развития общества. Они позволяют обществу трансформировать

¹⁰ Stonier T. Information and the Internal Structure of the Universe: An Exploration into Information Physics. - London: Springer-Verlag, 1990. P. 21.

¹¹ Roszak T. The Cult of Information: The Folklore of Computers and the True Art of Thinking. - Cambridge: Lutterworth, 1986. P. 14.

¹² См.: Уэбстер Ф. Теории информационного общества. / Пер. с англ. М. В. Арапова и Н. В. Малыхиной; Под ред. Е. Л. Варгановой. - М., 2004. С. 35.

¹³ Там же. С. 369-370.

себя в тех направлениях, которые оно само выбирает. Отсюда и последствия могут быть как гуманными, служащими прогрессу общества, так и катастрофическими, грозящими человечеству гибелью.

Возникает вопрос – какова цель новой реальности и каково место человека в ней? Следовательно, необходимо всестороннее, в мировоззренческом аспекте постижение происходящих процессов.

Значимым явлением стало издание в 2008 году книги «Медиафилософия. Основные проблемы и понятия»¹⁴ - первого в России труда, где авторы представляют свое видение ее предмета; в контексте «иконического поворота» рассматривают визуализацию коммуникативных практик как один из трендов мировых культурных процессов, отмечают возрастание интермедийных практик в современной реальности, а, значит, - новых вопросов, требующих философского осмысления.

Вместе с тем, на сегодняшний день у исследователей, работающих в политико-правовой сфере знаний, в области теории журналистики существует методологическая недостаточность в осмыслении проблем, порождаемых влиянием медиа, новых реалий на общество и личность.

Именно медиафилософия, выступая методологической базой частных наук, призвана помочь в поиске ответов на эти вопросы. Ибо философия задает смыслы.

¹⁴ Медиафилософия. Основные проблемы и понятия. / Под. ред. В. В. Савчука. - СПб: Изд-во Санкт-Петербургского философского общества, 2008.