

Медиареальность как коммуникативный медиум

Социальная коммуникация как процесс циркуляции смыслов всегда нуждалась в посредниках, поэтому весь культурный опыт человечества вырастает на основе медиальности. Любое творение культуры создает новую реальность конвенциональной природы, которая уже поэтому конституирована как художественная реальность в сложном взаимодействии многоуровневого опосредования, в специфичности тех или иных медиальных форм. Одним из значимых социокультурных феноменов, создаваемым в процессе массовой коммуникации, в коммуникативном пространстве которого получают репрезентацию все сферы общественной жизни, можно рассматривать медиареальность.

Медиареальность исторически возникает как один из механизмов управления и социального контроля, осуществляемого, в терминах Н. Лумана, генерализованными символическими медиа власти, и выступает одним из кодов, конвенции в отношении которого должны существовать в обществе для возможности осуществления множественности коммуникаций. Вопрос о статусе медиареальности лежит в плоскости философского вопрошания о сущности культурных объектов как феноменов символической природы. Несмотря на то, что с самого своего зарождения и на протяжении всего исторического развития массовая коммуникация осуществляла регулятивные функции в обществе, а в XIX веке стала одним из важнейших звеньев в системе социального взаимодействия, говорить о становлении медиареальности как социокультурного феномена можно лишь с того времени, когда в середине XX века техногенные каналы коммуникации получили развитие в феномене телевидения, выявившего новые возможности в репрезентации пластическими средствами не только пространства, но и времени. Начиная с фотографии «технические изображения», в терминах В. Флуссера, были призваны «придать форму распадающемуся миру и распадающемуся сознанию»¹ посредством новой визуальности. Если в фотографии увидели универсальный язык для оптического структурирования среды обитания человека, кинематограф принес движущийся образ, способный воплотить и пространство, и время, то лишь телевидению суждено было опередить, говоря словами С. Эйзенштейна, «миллионам

¹ *Flusser V. Universum der technischen Bilder. / V. Flusser. – Göttingen: European Photography, 1992. S. 53.*

слушателей и зрителей свою художественную интерпретацию события в неповторимый момент его свершения, в момент первой и бесконечно волнующей встречи с ним»². Смещение границ между «коммуникацией отсутствия» (масс-медиа) и «коммуникацией присутствия» (живое общение), принцип присутствия «отсутствующих» при отдаленном событии были достигнуты еще радио. Но погруженность человека в восприятие «новой реальности», видимость и слышимость, обеспеченные телевизионным медиумом, положили начало комплексной, многослойной медиареальности, коммуникативное своеобразие которой отмеченной дуальностью семиотического механизма.

Онтологический статус медиареальности выявляется в сконструированном характере ее символического пространства. На всем пути цивилизационного развития эстетический опыт рецепции художественных символических сфер создавал основополагающие конвенции культурного развития человечества. Медиакommunikация добавила новую напряженность и интригу, которая легла в основу многочисленных медиатеорий XX века.

Необходимость обретения поколениями, воспитанными в галактике Гутенберга, «кодов узнавания» и их согласования с определенными конвенциями восприятия диктовалась специфичностью не только графического медиума любой визуальности, но и характером техногенной иконической коммуникации, основным конвенциональным ограничением которой является ее двумерность в отличие от четырехмерного континуума реального пространства-времени. В повседневном жизненном опыте человек при восприятии тех или иных ситуаций, событий не отдает себе отчета в сути процесса восприятия, который также происходит в системе определенных социальных конвенций, что дополнительно «нагружает» воспринимаемый нами образ.

В начале XX века кинематографическая экранная реальность впервые в истории европейской визуальной культуры разомкнула композицию художественного произведения, предоставив человеку право «войти» в это пространство как в пространство реальное, ощутить себя действующим лицом в новой открытой для коммуникации реальности. Приведем описанное В. Шкловским впечатление от первого увиденного им фильма. «...спустили белое полотно, а может быть, оно было уже натянуто. Раздался зуд огромного, незнакомого насекомого. В зал вторгся прозрачный синий конус; в конусе шевелились черные тени, а на экране появились огромные люди...

² *Эйзенштейн С.* Избранные произведения. Т. 2. / С. Эйзенштейн. – М.: Искусство, 1964. С. 30.

Когда они бежали на зрителя, то вырастали, как паровозы скорых поездов. В синем конусе клубилось что-то черное, не имевшее запаха; это были тени, еще не дошедшие до экрана. Внизу на эстраде изо всех сил надрывался рояль, заглушая зудение конуса и стремясь наполнить безмолвие притихшего зала»³.

Несмотря на известную мифологичность повествований о первых люмьеровских киносенсах, на которую указывают исследователи⁴, нельзя не признать, что найти неведомого и потому ускользающего посредника между символическими формами и миром становящейся медиареальности было непросто, даже при наличии опыта восприятия языка китайских теней и волшебного фонаря. Специфика кинематографа определялась именно свойствами самого технического медиума, когда соотношение технических средств и воображаемых представлений, обладает своей материальной реальностью. Наряду с символическими проводниками техника представала в коммуникативном акте сеанса синема одним из важных материальных медиаторов и, без сомнения, усиливала произведенные медиаэффекты.

Теоретик киноискусства Б. Балаш, анализируя формирование способности зрителя к восприятию коммуникативного кода нового искусства и описывая случаи «буквального» восприятия кинокадров как «разорванного» на части реального мира, представляет взгляд на то, как в очень непродолжительный период «отшлифовался и обособился новый изобразительный язык»⁵, сложилась культура ассоциативного зрительного восприятия, какой до этого не знало искусство. В своем первом знаменитом труде «Видимый человек», созданном в русле неокантианского понимания реальности, данной человеку посредством символических форм, Б. Балаш раскрывает движения человеческой души посредством движений тела. Как новый коммуникативный код они обозначают понятия и чувства, не выражаемые словами, им дано выразить не рациональные мысли, а внутренние переживания, которые нельзя высказать словами. «То, что здесь должно найти свое выражение, лежит в недрах души, недостижимых для слов и понятий подобно тому как переживания, которые мы испытываем, когда слушаем музыку, не укладываются в рациональные понятия. На лице человека, в его мимике отражаются чувства, которые оформляются

³ Шкловский В. За сорок лет. Статьи о кино. / В. Шкловский. – М.: Искусство, 1965. С. 21-22.

⁴ Rusch G. Theorien der Neurn Medien. Kinj – Radio – Fernsehen – Computer / G. Rusch, H. Schanze, G. Schwering. – Paderborn, Wilhelm Fink GmbH @ Co. Verlags-KG, 2007.

⁵ Балаш Б. Кино. Становление сущности нового искусства. / Б. Балаш. – М.: Прогресс, 1968. С. 53.

непосредственно, без слов и становятся зримыми, подобно тому как “музыкальное чувство” принимает непосредственно акустическую форму»⁶. Таким образом, Балаш выявляет в медиуме кинематографа код старых «медиа воплощения», рассматривает перформативную коммуникацию тела как одно из главных символических средств, которое впервые за всю историю развития форм медиакommunikации получило возможность осуществиться в движении. И позднее, когда кинематограф стал синтетическим медиумом, соединившим в едином комплексе динамическое изображение и звук, этот традиционный, восходящий к ритуалам и обрядам код перформанса будет оставаться доминантным средством создания медиареальности.

Основой создания медиареальности становится принцип монтажа, с помощью которого конструируется «подвижная архитектура изобразительного материала, своеобразная и новая художественная выразительная форма»⁷. Монтажный принцип как коммуникативная основа кинематографической структуры медиареальности привел к проблематизации в философских дискуссиях нескольких десятилетий онтологического статуса кинематографического изображения. В коммуникативном пространстве 1920-х годов сосуществовали два типа медиареальности: «художественная» и «документальная». Вопрос о «монтажном» и «немонтажном» кино – это, по сути, вопрос о большей и меньшей иллюзорности медиареальности, созданной различными выразительными средствами кинематографа. Эволюция этих средств отражает этапы развития «коммуникативности» языка кино: от пластической композиции к композиции монтажной и музыкальной⁸.

А. Базен, выступавший за отражение на экране «живой жизни», «не замечал» принципов иного монтажа, которыми создавались фильмы Р. Флаэрти, Ж. Дюлак. Приведем в связи с этим емкое теоретическое «резюме» Ю. Лотмана в эстетической дискуссии о специфике экранной реальности: «Склейка кусков ленты и интеграция их в высшее смысловое целое – наиболее явный и открытый вид монтажа. Именно он привел к тому, что монтаж был осознан художественно и теоретически осмыслен. Однако скрытые формы монтажа, при которых любое изображение сопоставляется с последующим во времени и это сопоставление порождает некоторый третий смысл, – явление не менее значимое в истории кино»⁹.

⁶ Там же. С. 55.

⁷ Балаш Б. Указ. Соч. С. 63.

⁸ Эйзенштейн С. Указ. соч. С. 331–332.

⁹ Лотман Ю. М. Об искусстве / Ю. М. Лотман. – СПб.: Искусство – СПб, 2005. С. 335.

Вопрос о монтажной образности предполагал не только определенный строй повествования, но и определенную систему мышления. Визуальная природа киноязыка понималась как субстанция воздействующая. Отмечая, вслед за П. Флоренским, разность зрительного и слухового образов, подчеркнем в интересующем нас контексте, что «с наибольшей самодовлеемой четкостью стоят перед духом образы зримые» и «то, что созерцается глазом, оценивается как данное ему, как откровение, как открываемое»¹⁰. Понимание феномена опосредования в процессе кинематографической, а затем и телевизионной коммуникации, даже там, где речь шла о документальных формах, осложнялось их монтажным характером. Процесс восприятия иконического текста необходимо было рассматривать как единый процесс демонтажа и декодировки, где «каждый кадр, каждая передача СМИ, а равно и каждая из окружающих нас функциональных вещей служит тестом, то есть они, в строгом соответствии со смыслом термина, активируют в нас механизмы ответа по стереотипам или аналитическим моделям»¹¹. Как результат отбора, съемки и монтажа, они уже «протестировали» реальность, разложили ее «на простые элементы, а затем заново сложили их вместе по сценариям регулярных оппозиций», заставляя зрителей декодировать воспроизведенную «реальность» по тому же самому коду, «который вписан в каждое ее сообщение или вещь, словно миниатюрный генетический код»¹². Существование в современном мире вещей подобно существованию сообщений масс-медиа: вещи утрачивают былую «функциональность», информация – связь с «реальностью» фактов. Понятие реальности оказывается всюду заключенным Бодрийаром в кавычки.

Если обратиться к структуре телевизионной медиареальности, то доминантным принципом ее организации можно обозначить принцип событийности, во многом основанный на ритуализации социальной практики. Как в древнем ритуале, в символическом рисунке которого «просвечивала» иерархия властных отношений, а «через символическое и перформативное содержание своих ритуальных действий» сообщества создавали и стабилизировали свою идентичность¹³, так и в современной медиареальности функцией ритуала выступает символизация социальных

¹⁰ Флоренский П. А. У водоразделов мысли. Т. 2. / П. А. Флоренский. – М.: Правда, 1990. С. 35.

¹¹ Бодрийар Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийар. – М., 2000. С.135-136.

¹² Там же. С. 136.

¹³ Вульф К. Антропология: История, культура, философия. / Пер. с нем. Г. Хайдаровой. – СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 2007. С. 170.

иерархий, происходит соединение реального и символического. По мысли Ю. М. Лотмана, представленные материальными предметами мнемонико-сакральные символы, включаясь в текст ритуала, сохраняют по отношению к нему известную свободу, поскольку материальное существование их продолжается и вне обряда, а включение в различные обряды придает многозначность. Ритуал – действенная, событийная сторона коммуникации, где через событийность реального драматизма «просвечивает» драма божественного мира, символизируя предустановленный вечный порядок. Механизмом реализации коммуникативного потенциала ритуала в современном мире стала медиареальность, где в формах прямой трансляции .

Поскольку событие вписано в круг основных кодов медиакommunikation, масс-медиа придают событиям первоочередное значение и превращают культуру общества в основном в собрание разнообразных историй, при этом главным признаком событийного сообщения является его непредсказуемость: чем менее вероятно событие, тем большую новость оно собой представляет и тем больший интерес публики оно должно привлечь к себе. Мера непредсказуемости в массовой коммуникации и есть основа формирования новости¹⁴.

При этом, как свойственно природе символической коммуникации, «деятельность символической функции сознания в языке, искусстве, мифе выражается в том, что из потока сознания сначала извлекаются конкретные устойчивые основные формы, наполовину понятийной, наполовину чувственно-созерцательной природы — и в текущем потоке содержаний образуется островок замкнутого на себя формального единства»¹⁵.

Создание из хаоса реальности сконструированного образа внешнего мира, который «только тогда и становится видимым, когда за нами закроется дверь в наш замок»¹⁶, можно утверждать одним из основных механизмов, участвующих в конструировании медиареальности. Это – не коммуникативная стратегия медиасистемы, а условие ее существования. Событийность лежит в основе фильмов, всех жанров телевизионных программ. Если же мы рассмотрим медиасобытия как механизм создания хронотопа медиареальности, то по способу реализации структурных принципов парадоксальным образом увидим его в сфере художественной

¹⁴ Моль А. Социодинамика культуры. / А. Моль. – М.: Прогресс, 1983. С. 133.

¹⁵ Кассирер Э. Философия символических форм. / Э. Кассирер. – СПб.: Университетская книга, 2001. С. 25.

¹⁶ Anders G. Die Welt als Phantom und Matrize // Kursbuch Medienkultur. Die massgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard / Pias C., Vogl J., Engell L. u a. (Hrsg). – Stuttgart, 2004. S. 213.

коммуникации. Непредсказуемые, нестандартные элементы сообщения, острая конфликтность сталкиваемых элементов текста, драматизм, «борьба интересов и даже насилие; какое-либо активное действие, своего рода «крючок», на который подвешивают информацию более абстрактного содержания, новизна события и степень отклонения от общепринятых норм»¹⁷ – все это выступает механизмами создания художественной структуры, подавляющей предсказуемость независимо от типа технического медиума. Даже то медиасобытие, референтом которого является социальная реальность, подчиняется тем же самым принципам структурирования, поскольку непредсказуемость есть условие коммуникации, сообщающей новость. Значимым компонентом выступает содержащееся в структуре новости действие, которое, следуя аристотелевской традиции, является главным элементом художественного пространства целого, и реальные участники конкретной ситуации, ограниченной рамками медийного сюжета, становятся действующими лицами нового, условного пространства, приобретают в этом случае статус «героев» в общей драматургической схеме медиареальности. В этом случае мы можем говорить о самом типе «новости» как о своеобразном художественном медиуме, пусть он и представляется аудитории как текст, отражающий реальное событие. Более того, именно действие восходит к коммуникации ритуала и обряда и создает символическое поле архаической культуры, «просвечивает» сквозь электронную природу медиареальности.

Активизация в XX веке мифологических форм познания социального мира признается характерной чертой, которая проявляется в массово-коммуникативных формах, отражая и формируя неомифологическое сознание как один из устойчивых типов культурной ментальности. Если традиционный миф как «особый вид мироощущения, специфическое образное, чувственное, синкретическое представление о явлениях природы и общественной жизни»¹⁸ основывался на представлениях о пространстве, времени, причинности в условиях узкого практического опыта древнего человека, то в отличие от архаичной формы миф современный развивается в контексте социальной практики, где познавательные возможности индивидуума и в целом общества весьма широки. Вместе с тем анализ процессов в системе современной духовной культуры показывает, что в ситуации развития коммуникационных технологий, порождающих смену привычных форм жизни, наблюдается не уменьшение иррациональных форм

¹⁷ Воскобойников Я. С., Юрьев В. К. Журналист и информация. Профессиональный опыт западной прессы. – М., 1993. С.55.

¹⁸ Кессиди Ф. Х. От мифа к логосу. – М., 1972. С. 41.

освоения мира, а, напротив, их экспансия. Новые практики вызывают страх, вызванный наступлением «другого», «чуждого» мира, что активизирует в структуре обыденного сознания формы коллективного бессознательного, воссоздающие древние модели в постижении картины мира, что является одной из причин ремифологизации массового сознания и усиления позиция коммуникативных форм мифа в массовой коммуникации.

Объяснить активность мифологической модели медиареальности можно, если соотнести свойство мозаичности, лежащее в основе телевизионной технологии, и отмеченное Ю. Лотманом присущее мифологическому сознанию специфическое понимание пространства не в виде признакового континуума, а как совокупности отдельных объектов, в промежутках между которыми пространство как бы прерывается, не имея такого основополагающего признака, как непрерывность. Частным следствием этого исследователь видел «лоскутный» характер мифологического пространства и то, что перемещение из одного locus'a в другой может протекать вне времени, заменяясь некоторыми устойчивыми былинными формулами, или же произвольно сжиматься или растягиваться по отношению к течению времени в locus'ах, обозначенных собственными именами¹⁹. Признак мозаичности, выявленный в природе телевизионной коммуникации ее первыми исследователями, оставаясь атрибутивным признаком медиареальности, вместе с тем в современном мире во много раз усилен технологиями новых медиа. Возможность передать информацию о событиях, произошедших в разных точках современного мира, поставляемую новыми спутниковыми технологиями, делает образ мира еще более раздробленным, фрагментарным, новым «лоскутным одеялом», не позволяющим синтезировать адекватное знание о мире. Более того, и самого «перетекания» из locus'a в locus для массового сознания, воспринимающего медиареальность как подлинную, словно не существует. Отдельные события не становятся составляющими непрерывного развития. Выхваченные из череды событий, отдельные сюжеты не повторяются, что способствует во многом представлению об однократности событий и приводит к принципиальной внесистемности обыденного сознания.

Мифологическое мышление имманентно природе современной аудиовизуальной коммуникации, и медиареальность является новой социокультурной формой воспроизводства архаического сознания, и медиум мифа играет адаптивную функцию в усложняющемся мире знаний. Современный миф инкорпорирован в символические коды политической

¹⁹ Лотман Ю. М. Семиосфера. / Ю. М. Лотман. – СПб.: Искусство-СПБ, 2001. С. 530.

коммуникации. Институты власти используют миф как социокультурный феномен для организации поведения индивидов и социальных групп. Медиареальность ставляет обществу мифологическую модель мира, выбирая приоритетами информационной политики не формы рационального дискурса, а культуру конкретно-чувственного восприятия.

Эпоха удаленных коммуникаций создает новый контекст осмысления медиареальности, побуждая размышлять над фундаментальными характеристиками в системе взаимоотношений языка и текста. Соотносится ли язык с трансцендентным по отношению к его единицам референтом, или только с самим собой и, если допустить это априорное существование того, что противоположно языку, то каким образом структуры языка соответствуют структурам реальности и как изменения в реальном мире детерминируют изменение языковых структур?

Мозаика света электронной коммуникации рождала ускользающего посредника между формами реального мира и мира медиареальности. Синкретичность, поточность электронной аудиовизуальности, пришедшая на смену геометризму конфигураций гутенберговской эпохи, усложняет структуру медиации, делает медиальный субстрат более прозрачным, а саму медиареальность – более призрачной.

Экранная реальность впервые в истории европейской визуальной культуры разомкнула композицию художественного произведения, предоставив человеку право «войти» в это пространство как в пространство реальное, ощутить себя действующим лицом в новой открытой для коммуникации реальности. Несмотря на то, что медиареальность III тысячелетия конституируется в условиях мультимедийной среды, интеграции электронных медиа в единое символическое пространство сетей, медиареальность ставляет обществу мифологическую модель мира, выбирая приоритетами не формы рационального дискурса, а культуру конкретно-чувственного восприятия, формируя неомифологическое сознание как один из устойчивых типов культурной ментальности.

Медиареальность определяет структуры повседневности, реальная жизнь начинает имитировать образы медиа. Медиатизация социальной сферы представляет собой процесс зеркального отражения медиареальности, возникает семантическое удвоение: медиареальность ищет доказательств своего подобия опыту, сфера эмпирического структурирует себя подобно медиамиру.

Следуя концепции М. Кастельса, в новой коммуникационной системе «безвременного времени», где прошлое, настоящее и будущее могут программироваться для взаимодействия друг с другом в одном и том же

сообщении, трансформируются системы репрезентации и тексты создают не образы, а динамичные имиджи реальности. В трактовке Кастельса это – реальная виртуальность, которая производится посредством компьютерной техники, когда воображение может реструктурировать реальные жизненные события²⁰. «Поточное пространство» и «безвременное время» становятся новыми изобразительными координатами телевизионного кадра, который больше не апеллирует к адекватному декодированию смысла аудиторией. В этой новой сетевой гипертекстуальной парадигме «расходятся» по разнособытийным сюжетам одни и те же кадры, не имеющие ни временных, ни пространственных маркеров. Медиареальность – это коллажи из имиджей, включенные в поточное пространство, которое замещает конкретное пространство и местоположение. Историческое развитие медиума массовой коммуникации определило его лидирующие позиции в коммуникативном пространстве. Ни одна другая форма публичной коммуникации, будь то политический ритуал, театр, праздник, уже не могут претендовать на лидерство в медиации повседневности.

Символизация пространства и времени – генетический закон существования визуального искусства. В начале XX века в эстетике новой зарождавшейся культурной формы – кинематографа – время становилось необычайно значимым: даже пространство становилось средством фиксации времени. Современная медиареальность «похищает» время, представляя не просто условное зрительское время, а безвременье времени, схожего с панхронизмом мифа. Символическая природа медиареальности коррелирует с мифологическими формами сознания.

М. Элиаде замечает стремление читателя войти в сферу времени воображаемого, чужого, ритмы которого изменчивы до бесконечности. «Роман не имеет выхода в первородное, первоначальное время мифов, но в той мере, в какой он повествует о правдоподобной истории, романист использует время как бы историческое, но взятое в расширенной или свернутой форме, время, которое, следовательно, располагает всей свободой воображаемых миров»²¹. Еще в большей мере, чем к читателю литературного произведения, это можно отнести к зрительской аудитории в рамках телевизионной коммуникации. Такое же погружение во вневременное, внеисторичное демонстрируют многочисленные ток-шоу, являющиеся формой развития фикциональных событий. Принцип различения/неразличения фикциональных и нефикциональных событий в

²⁰ Кастельс М. Информационная эра: экономика, общество, культура. / М. Кастельс. – М.: ГУ-ВШЭ, 2000. С. 349–350.

²¹ Элиаде М. Аспекты мифа. / М. Элиаде. – М.: Академический проспект, 2005. С. 180.

немалой степени выявляет символическую природу медиареальности. Так же как «синкретизм мифологического текста проявляется в нерасчлененности образных и понятийных структур, лидерстве «картинного» варианта изображения и подчиненности ему логических зависимостей», так и в текстовом пространстве-времени телевизионных текстов происходит «неразличение бытия и становления, единичности и множественности, протяженности и сиюминутности»²², что является характерным для мифологического сознания.

«Исчезновение» реальности и тотальность медиареальности – те символические координаты, которые обусловили «исчезновение» аудитории, ее размывание, ее бегство из пространства массовой коммуникации в новые коммуникативные ниши, создаваемые компьютерными технологиями, в надежде «прикоснуться» к реальности, опосредованной меньшим количеством влияний, что, как будет показано в дальнейшем, является столь же иллюзорным представлением.

Медиареальность стала привычным для зрителя способом конкретно-чувственного восприятия, отражающего реальный мир в символических формах. Исследуя характер медиареальности, мы не должны забывать, что реальность, отраженная в масс-медиа, имеет и еще один уровень медиации – познающее сознание субъекта, и в этом смысле мы должны выделять в процессе опосредования и субъективную реальность. В этом смысле субъективная реальность уже сама по себе выступает символической реальностью, поскольку результаты познания могут быть выражены только в символической форме. Несмотря на различные модели коммуникации, в которые включен индивид, различные способы получения информации и уровни ее переработки, освоение окружающего мира определяется не индивидуальными, а институциональными факторами. Можно сказать, что медиареальность создается символическими кодами власти, которые поставляют обществу модель мира в формах конкретно-чувственного восприятия, а не рационального осмысления происходящего. Таким образом, медиареальность всегда будет миром, создаваемым, с одной стороны, индивидуальным сознанием массмедиального коммуникатора, с другой, институциональным субъектом, социальными группами, при этом коллективный институциональный характер коммуникации создает еще большую многослойность медиации между социальной реальностью и медиареальностью.

²² Ученова В. В., Шомова С. А. Полифония текстов в культуре. / В. В. Ученова, С. А. Шомова. – М.: Омега-Л, 2003. С. 18.

Одним из наиболее значимых механизмов создания медиареальности является усиление инфотейнмента как принципа структурирования программ, в том числе и сообщающих о важных социально-политических событиях. Социальными последствиями этого становятся интенсификация психологического воздействие на личность, возможность манипуляции индивидуальным и массовым сознанием, процесс медиатизации политики. В условиях, когда к ситуации, сложившейся в сфере масс-медиа, применяют метафору «эрозия», вещательные средства массовой коммуникации перестали быть трибуной для публичных дискуссий, в том числе и для решения проблем, возникающих у России в связи с вхождением в стадию информационного общества.

Образ социального мира, складывающийся у человека под воздействием медиареальности, наполняется теми смыслами, которые транслирует символический мир. Медиареальность становится домом человека, который поселяется между двумя мирами. «Техника переформулировала само представление о «месте» как поселении, в котором прививались солидарность и прочие моральные и социальные добродетели. Старое место понималось как “ойкумена”, имевшая четкий вид и границы. <...> В условиях телемобильности происходит детерриторизация человека»²³.

78

Выступая коммуникативным медиумом в познании социального мира, медиареальность является одним из механизмов формирования общественного мнения и социального управления. Она может выполнять как конструктивные функции информирования, создания общего коммуникативного контекста, так и играть деструктивную роль, создавая те или иные стереотипы событий, явлений, общественных групп, которые могут провоцировать опасные для общества социальные последствия. «Исчезновение» реальности и тотальность медиареальности – те символические координаты, которые обусловили размывание привычных границ мира, побудили человека «медийного» к бегству в новые коммуникативные ниши, в киберпространство, в надежде «прикоснуться» к реальности, опосредованной меньшим количеством влияний. В поисках новой идентичности он ввергается в очередную воронку иллюзорности, оставляя философской рефлексии вопрос о том, что в большей степени формирует ценностные основы новой социальности – реальность социальная или реальность медийная. Сетевая гипертекстуальная парадигма

²³ Марков Б. В. Антропология интимного // *Слотердаик II*. Сферы. Микросферология. Т. 1. Пузыри. – СПб.: Наука, 2005. XXIII.

репрезентации мира, соединение в одном сообщении разных времен и пространств, трансформирующее систему репрезентации как воздействие «поточного пространства» и «безвременного времени» задает нам новые вопросы.

Ускоряющееся технологическое развитие современного мира не позволяет оставаться в плену иллюзий, прежних представлений, требует напряженного исследовательского поиска для ответов на насущные вопросы современности, прогнозирования будущего медиакommunikаций