

УДК 101.3

**О. А. БРАТИНА**

Кандидат философских наук, доцент  
Уральский федеральный университет  
им. первого президента России Б. Н. Ельцина

## **МЕДИАИДЕНТИЧНОСТЬ ЛИЧНОСТИ КАК МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ**

В статье производится попытка определения понятия медиаидентичности с опорой на метод топологической рефлексии. Субъект в Сети топографически обозначен, но социально-психологически сложно определен, поскольку карты его маршрутов находятся в постоянном переложении и изменении. Медиаидентичность возможна в условиях медиареальности, которая утверждает равноправие полифонических миров и медиакультуры. Медиакультура осуществлялась в пределах рационального государства, способа администрирования и организации управления XX века и сменилась децентрализованными линиями дистанционного управления. Технологии коммуникации и убеждения: радио, плакат, агитационный театр, монологическое вещание телевидения, пришли к своей пиковой точке развития – Интернету. Создание мировой «паутины», появление блогов ЖЖ, сетевых сообществ, поисковиков и повсеместно привязанные к каждому мобильному устройству координаты нахождения выступают условием формирования не только внешнего, но и внутреннего предела новой идентичности.

Ключевые слова: Интернет, карта маршрутов, медиаидентичность, медиакультура, образ, топографический метод

**BRATINA O. A.**

## **MEDIA IDENTITY AS INTERDISCIPLINARY SUBJECT**

The article discusses the concept of media identity using the theoretical method of topological reflection. The subject on the Web is always designated, but it is difficult to determine, since the maps of its routes are constantly shifted and changed. Media identity is framed through the existence of media reality, which affirms the positive equality of polyphonic worlds and media culture. The media culture was embedded in the rational state-form, as the method of administration and organizational management of the twentieth century and changed by decentralized lines of remote control. Communication and persuasion technologies: radio, poster, campaign theater, monologue broadcasting of television, have come to their peak

point of development – the Internet. The creation of the world “web”, blogs, network communities, search engines and the coordinates of location ubiquitous to each mobile device landmarks of the external and internal mapping of the new identity.

Keywords: Internet, route map, media identity, media culture, image, topographic method

Медиаповорот это точка необратимости, как смена парадигм и НТР в начале XX века – века рационализации, детерминизма, исторического редуционизма. Когерентность, последовательность мышления, постулирование причинно-следственных связей сменились возрождением первобытно-архаических форм мифо- и образопоэтического мышления и симультанного обоснования реальности, которая стала «виртуальной» и «медиа» (реальностью).

Медиареальность похожа на корневую систему, в которой как в матрице, никто из участников не может претендовать на «доминанцию своей модели реальности» [1, с. 181] и своего образа мысли. Медиареальность обеспечивает сосуществование полифонических миров со множественностью способов мышления бытийных оснований своей речи и способов презентации своего участия в мышлении полифонических миров со множеством способов мышления и презентации. Все субъекты медиареальности в большом хоре равнозначны. Были. До определенного момента. В современной ситуации наблюдается выход на сцену солистов и дирижера, устанавливается система контроля.

Для рассмотрения термина медиаидентичность обратимся к этапам развития и становления медиакультуры. В середине XX века на передовые позиции, согласно К. Шмитту [11] и Ж. Рансьеру [10], вышла идея рационального государства как способа администрирования и организации управления. В конце XX века на передовые позиции в авангард (*avant garde*) вышла так называемая маргинальная линия дистанционного управления.

Микрополитика субъективности становится макрополитикой социального и художественного. В медиакультуре стали высвечиваться информационные доминанции и импульсы множественных сопротивлений с личными информационными потоками и дискурсами.

Интернет может быть средством коммуникации, распространения информации, контроля, трибуной высказываний, сетью продаж. Каковы исторические предпосылки его возникновения?

Возникновение Сетей как общедоступной технологии обязано уникальной исторической ситуацией, когда наука объединилась со свободомыслящей идеологией калифорнийского студенчества, воспитанного на альтернативных субкультурах 60–90-х от У. С. Берроуза, хиппи до киберпанка и New Age. Большая часть основных программных новаций была предложена студентами и учеными, убежденными в необходимости открытого доступа к информации, в существовании субъекта, могущего работать в неопределенном информационном режиме в реальности постоянно трансформируемой модели. Сети распространялись по миру с такой быстротой, что было понятно, что культура готова к их появлению, они ожидаемы.

Медиакультура и медиаидентичность существовали в XX веке. Технологии коммуникации и убеждения пролетариата 20-х годов (радио, плакат, агитационный театр) окрашивали идентичность в идеологические цвета.

Вслед К. Марксу, М. Хайдеггер и Х. Арентд [1, с. 392] скажут о том, что техника индустриализации связана с отчуждением личности от общества, средств производства от труда, технологии от гуманизма. На смену межиндивидуальной агитации приходит телевидение с трансляцией монолога экспертной власти.

И вот появление Интернета. М. Кастельс писал, что «Интернет – это технологии и социальная форма, которая воплощает в себе информационную эпоху так же, как электрический двигатель был рычагом социальных и технических изменений индустриальной эпохи» [6, с. 36].

Ключевыми сюжетами развития Интернета являются:

- создание мировой «паутины»;
- появление блогов ЖЖ;
- политики поисковиков;
- сетевые сообщества;
- расположение в каждом мобильном устройстве.

Тим Бернерс Ли, создавший гипертекстовый протокол и WWW, создавал его для друзей. С аналогичным намерением делал ЖЖ Бред Фицпатрик. Дмитрий Крюков в 1996 году сделал русский поисковик Rambler/Бродяга, когда было всего несколько десятков русскоязычных сайтов. Марк Цукерберг (FB), Павел Дуров (VK) – поколение программистов, изменивших реальность Интернета созданием социальных сетей.

Сетевые сообщества 2000-х претендовали на модель социума в качестве производства новых субъектов. Каков он, новый субъект? В 60–70-х начинает формироваться теория деструктуризации языка культуры, в которой интерактивность вписана в технологии совместного производства речи и реальности. Какие формы деятельности в Сети мы наблюдаем? Провайдить, хейтить, лайкать, зафрендиться, – производится постоянная редукция действия. Информация отфильтровывается, страницы маркируются, контуры статуса собственной идентичности заливаются и заполняются наподобие контурных карт в учебниках географии. Медиаидентичность в Сети считывает контент, задает вопросом навигацию, ходит по линкам и ссылкам, выстраивает собственные маршруты, перераспределяет информацию, стучится к кому-то, офрендивает кого-то. Происходит биографическое завоевание: Я отвоевывает себя в пространстве Интернет.

Идентичность в лакановском смысле можно понимать через позицию расщепленности, в которой всегда есть неопределимый топос. Теоретический метод топологической рефлексии в рассмотрении субъекта Сети оправдан применяемым на практике психологами и педагогами методом «карты маршрутов» при изучении психической деятельности изначально детей, позже – взрослых. «Карты маршрутов – существенная часть психической деятельности» [7, с. 87], когда маршрут определяет мир.

Карта – это запечатленные контуры желанного маршрута и совершенного пути по сети Интернет. Они совпадают или расходятся в заливках воображаемого и реального. Ничего нет более показательного и поучительного, говорит Ж. Делёз, чем линии брожения и петли на картах детей, страдающих аутизмом [5, с. 76]. Какие линии брожения в Сети проходит каждый из нас?

Карта как проекция соединяет в себе пункты ожиданий (воображаемые) и реализованные туры (реальная местность) в биографии каждого. Мы наносим пункты карт подобно тому, как топос наносит пункты нашей идентичности.

В XIX в. Ф. Энгельс поддерживал гипотезу о связи пейзажа страны и мировоззрения народов: «Эллада – страна пантеизма» [8, с. 74]. В свою очередь, пейзаж долины Рейна представляется Ф. Энгельсу воплощением христианства, скудная растительность северогерманской равнины – воплощение иудаизма, а пейзаж Голландии располагает к кальвинизму – вере, сопряженной с расчетом. Об особой роли топо-

са в становлении идентичности, о влиянии ландшафта на становление ментальности народов и мировоззрения отдельных индивидов писал в XX веке Карл Ясперс.

Какой пейзаж окружает пользователя Сети и формирует маршруты его медиаидентичности?

Субъектность как мембрана – континуум – топос, или «место смысла выражения» [4, с. 36]. Делёз определяет смысл как то, что формируется и разворачивается на поверхности. Образно выражаясь, современная культура уже не говорит об упавшем на дно Дионисе или поднявшемся ввысь Аполлоне. Герой современной культуры – Геракл на поверхности, «ведущий сражение на двух фронтах – как против глубины, так и против высоты: полная переориентация мысли и новая география» [4, с. 38].

Медийная культура в своей поверхности снимает зазор «между»: публичным и частным, универсальным и частным, оригиналом и копией. Все выворачивается и разворачивается на поверхности экрана или газетной полосы. Пришло время говорить не о симулякрах, а об эффектах, ведь в самой природе медиа есть нечто аффективное. Аффективность медиа возможно наблюдать через проекции, которые начинают действовать от лица индивида самостоятельно.

Сетевая идентичность формируется медиапространством, утрачивая центральную корневую систему, выстраивая сеть смыслов в поверхностной мембране, «месте смысла выражения» и манифеста. Эффектное предъявление себя становится ключом эффективности реализации в любой сфере: социальной, повседневной, профессиональной.

Медиаидентичность в процессе собственного расщепления устанавливается и завоевывает новые сферы медиареальности. «Расщепленность» субъекта становится интерактивной основой сетевой коммуникации и установления медиаидентичности личности. Парадокс субъекта в Сети в том, что он активен, но не определен.

Интернет является моделью гражданского общества с равными возможностями входа, вступления в группы и неиерархическим полемосом. Сеть открывает равный доступ к символическому капиталу медиа и информации, перманентному формированию и переформированию социальных групп. Сеть отвергает телевизионную экспертократию. Она изначально была связана с типом альтернативного журналиста и маргинальными тактиками мышления, сейчас является

формообразующей средой. Сеть обладает ресурсом влияния и манипуляции: реклама, телевидение, коммерциализация информации, сбор подписей, петиции, художественные и социальные акции.

По определению А. Бадью, в Интернете как в информационной революции наметился «термидорианский поворот» [3]. Термидорианцы используют Интернет в качестве новой социальной структуры, начиная институционализировать, цензурировать, регистрировать, редактировать, вводить иерархии в поисковиках, требовать изначальной регистрации перед тем, как комментировать или скачивать тексты.

М. Кастельс 23 года назад написал: «Интернет и есть процесс самоопределения нашей исторической ситуации» [6, с. 43], хочется добавить, и личности.

Медиаидентичность – образ, транслируемый посредством медиа, формирующий индивидуальную и групповую идентичность. Мы живем с понятиями и в понятиях «медиакультура», «медиамасса», «медиаокопы», «медиатолпы», «медиасерферы». У М. Хайдеггера «субъект безмирен», может, он и безмерен? Аналитика Dasein в ситуации медиа схлопывает пространство и время. Радикальная неинструментальность Dasein не только внутри подлинности и неподлинности, но и внутри обмена и необмена, распределения и нераспределения. Медиа задают режимы обмена и распределения, мы им сопротивляемся, но Dasein так же приходит извне, как он приходил извне к подлинности бытия и неподлинности. При условии схлопнувшегося времени медиаидентичность была рассмотрена нами более как топохрон, нежели хронотоп.

### Литература

1. Арндт Х. Между прошлым и будущим. М.: Изд-во Института Гайдара, 2014.
2. Берроуз У. С. Мягкая машина. М.: АСТ, 2019.
3. Бадью А. Можно ли мыслить политику? Краткий курс метаполитики. М.: Логос, 2005.
4. Делёз Ж. Логика смысла. М.: Академический Проект, 2011.
5. Делёз Ж. Различие и повторение. СПб.: Петрополис, 1998.
6. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного унта), 2004.

7. Кожурин А. Я. Ландшафты естественные и городские // Философия детства и проблемы современного города: материалы IX междунар. конф. «Ребенок в современном мире. Дети и город». СПб.: Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет), 2002.
8. Энгельс Ф. Ландшафты // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения: в 50 т. Т. 41. М.: Изд-во политической литературы, 1970. С. 74–81.
9. Перцев А. В. Молодой Ясперс: рождение экзистенциализма из пены психиатрии. СПб.: Изд-во русской христианской гуманитарной академии, 2012.
10. Рансьер Ж. На краю политического. М.: Праксис, 2006.
11. Шмитт К. Диктатура. М.: Рипол-Классик, 2018.