

УДК 008+004

DOI: 10.34670/AR.2020.90.89.010

## **Новые медиа в современной киберкультуре: к вопросу об их специфике как формы цифровой коммуникации**

**Гилязова Ольга Сергеевна**

Кандидат философских наук,  
доцент Центра развития универсальных компетенций,  
Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина,  
620002, Российская Федерация, Екатеринбург, ул. Мира, 19;  
e-mail: olga\_gilyazova@mail.ru

**Замощанский Иван Игоревич**

Кандидат философских наук,  
доцент Центра развития универсальных компетенций,  
Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина,  
620002, Российская Федерация, Екатеринбург, ул. Мира, 19;  
e-mail: ivanz.79@mail.ru

### **Аннотация**

Цель статьи – внести теоретический вклад в размышление о специфике «новых медиа» в формирующейся киберкультуре с диалектической точки зрения, которая позволяет избежать крайностей как технотерминистских и «кибероптимистских» дискурсов, согласно которым именно технологии формируют общество и культуру, так и социоконструктивистских дискурсов, в соответствии с которыми общество формирует технологию. Тема статьи актуализируется в условиях пандемии COVID-19, когда статус цифровой коммуникации меняется с удобства на необходимость. В качестве теоретической базы используется концепция информационных революций российского ученого А.И. Ракитова. Исследование базируется на идеях Карлоса Сколари (с учетом идей С. МакМиллана, Л. Мановича, М.Б.Н. Хансена, К. Хэйлз и других современных философов и медиатеоретиков), который анализирует новые формы коммуникации, возникающие в результате культурной конвергенции медиа и языков через концепции цифровизации, гипертекстуальности, мультимедиаальности, ретикулярности, интерактивности. Делается вывод о том, что среди данных пяти основных особенностей новых медиа ведущей (помимо цифровизации, которая порождает остальные черты) является интерактивность как совмещение пользователем ролей Участника и Наблюдателя, благодаря чему увеличивается возможность его прямого участия не только в кибермире, но и реальном мире, что знаменует становление такого феномена, как «цифровая активность» (имеющая не только положительные, но и отрицательные стороны).

**Для цитирования в научных исследованиях**

Гилязова О.С., Замошчанский И.И. Новые медиа в современной киберкультуре: к вопросу об их специфике как формы цифровой коммуникации // Культура и цивилизация. 2020. Том 10. № 5А. С. 93-100. DOI: 10.34670/AR.2020.90.89.010

**Ключевые слова**

Информационные революции, киберкультура, новые медиа, цифровизация, цифровая коммуникация, цифровая активность.

**Введение**

Термин «новые медиа» (англ. *new media*) появился в медиатеории в 1990-х гг. и «обозначает собой программные продукты с возможностью “обратной связи”, с алгоритмами взаимодействия с пользователями, с трансформируемыми структурами и интерфейсами» [Деникин, 2018, 61]. Вслед за А.А. Деникиным мы будем понимать термин «медиа» шире, чем СМИ, а именно в качестве любых посредников (каковыми могут служить в том числе и культурные артефакты как носители информации) в коммуникативном процессе.

Актуальность темы во многом обусловлена ситуацией в мире и в России, которая сложилась под воздействием COVID-19. Хотя пандемии нередко посещали человечество, но пандемия COVID-19 беспрецедентна хотя бы в силу того, что есть фундаментальная разница между карантинами прошлого и современным локдауном – это всеобъемлющее присутствие цифровых технологий. В этих условиях статус цифрового пространства меняется с удобства на необходимость, так как оно становится не только основным (а иногда и единственным) способом доступа к информации и услугам, но и одним из немногих оставшихся векторов экономической, образовательной, культурной деятельности и социального взаимодействия в целом [Beaupouyer, Dupéré, Guitton, 2020].

**Основная часть**

Разрабатывая метадискурс о новых медиа как о формах цифровых коммуникаций, современный исследователь К. Сколари устанавливает пять отличительных черт, на которых мы остановимся подробнее [Scolari, 2008].

1. *Цифровизация*. По мнению К. Сколари, это ключевая особенность, так как она относится к производственному процессу и сырью для цифровой коммуникации в новых медиа. Хотя многие «старые» медиа подверглись оцифровке, есть существенная разница, «поскольку в первом случае речь идет о базовых принципах формирования электронного продукта, в то время как во втором – о технологии реализации» [Полеухин, www]. Недаром американский медиакритик и философ Л. Манович предлагает взамен термина «цифровизация» более точный (на его взгляд) термин «числовое представление». В его теории это один из пяти принципов новых медиа, благодаря которому становятся реализуемыми и другие принципы, прежде всего такие, как модульность (фрактальность: элемент является частью целого, одновременно сам составляя целостный объект), автоматизация и транскодинг, который, впрочем, понимается Л. Мановичем не только в узко-технологическом смысле как возможность прямого перевода одного цифрового формата в другой, но и в культурном [Manovich, 2001].

Таким образом, перед нами два мира: непрерывный и прерывистый, аналоговый и цифровой. Мир, в котором технологии были аналогичны природе и нашей телесности и в этом качестве понятны, узнаваемы и естественны, колонизируется миром впечатляюще сложных технологий, которые иногда приравниваются к магии.

2. *Гипертекстуальность*. Это отражение комбинаторных возможностей цифрового текста. Именно оцифровка, т. е. сокращение всего содержимого до массы битов, облегчила манипуляции с текстом, сделав его податливым, пластичным и легко увязываемым (с помощью системы гиперссылок) с другими текстами, т. е. гипертекстом.

3. *Мультимедиа*. Оцифровка делает возможным появление мультимедийности, которая позволяет разнообразному контенту (изображение, видео, аудио, текст) составлять единый комплексный пакет. Со своей стороны добавим, что такого рода универсальность, семиотическая всеядность цифровых коммуникаций приводят к появлению такой особенности, как выделенная Л. Маковичем «метамедийность» (отсутствие ограничительной медиаспецифики) [Ibidem].

Появляется феномен постэкранных новых медиа (виртуальная и дополненная реальности), которые задействуют не только аудиальный и визуальный каналы передачи информации, но и тактильный и кинестетический [Деникин, 2018]. Такого рода синтетичность новых медиа еще в 1999 г. была провозглашена медиакритиком К. Хэйлз в качестве «телесной виртуальности» [Hayles, 1999]. Продолжение ее идей мы видим в работе «New Philosophy for New Media» философа М.Б.Н. Хансена, который, опираясь на взгляды А. Бергсона, описывает человеческое тело в качестве медиума в практиках новых медиа [Hansen, 2004].

4. *Ретикулярность/Конвергенция*. Именно цифровые технологии позволили объединить коммуникационную архитектуру межличностного и массового общения. Помимо традиционных «один-к-одному» и «один-ко-многим» появляется (и расширяется с Web 2.0) уникальный смешанный формат «многие-ко-многим» [Crosbie, www].

Для цифровых коммуникаций характерна рекурсия: следствие становится причиной, а причина – следствием; отправитель одновременно становится получателем, а потребитель в то же время является производителем новых сообщений. Это явление описывается через концепт «просьюмеризма»<sup>1</sup>, в противовес концепту «консьюмеризм».

На этом же пути ретикулярности появляется интерактивность.

5. *Интерактивность*. «Старые» медиа (произведения искусства, книги, телепрограммы и т. п.) немислимы вне взаимодействия творца с материалом, из которого создается произведение, и не могут быть актуализированы без рецепции читателя/зрителя. Без автора нет текста, но без читателя текст не состоится как текст<sup>2</sup>. В этом смысле «старые» медиа тоже являются интерактивными. Но есть существенная разница, выявленная американской исследовательницей К. Поул, между интерактивностью «старых» медиа, не выходящей за пределы ментальной сферы (выход знаменует разрушение произведения<sup>3</sup>), и интерактивностью

---

<sup>1</sup> Англ. *prosumer* – аббревиатура, образованная от слияния двух слов: «*producer*» (производитель) и «*consumer*» (потребитель). Предвосхищение данного явления можно наблюдать в книге «Take Today» (1972 г.) М. Маклюэна и Б. Невитта. Ввел этот термин в научный оборот Элвин Тоффлер в книге «Третья волна».

<sup>2</sup> Обоснование этого факта было осуществлено в рамках рецептивной эстетики, продолжившей и развившей идеи герменевтика Г.-Г. Гадамера и философов-феноменологов М. Хайдеггера, Н. Гартмана, Р. Ингардена.

<sup>3</sup> Определенным исключением служат те произведения, которые У. Эко называет «произведениями в движении».

цифровых медиа, которая допускает возможность «материальной» трансформации [Paul, 2003].

Л. Манович данную особенность включает в принцип изменчивости (носитель информации в «старых» медиа должен обладать материально неизменной формой, на его содержимое реципиент тоже не может повлиять<sup>4</sup>), где интерактивности (наряду с мультимедийностью, масштабируемостью и т. д.) он отводит лишь одно из семи мест [Manovich, 2001].

Киберинтерактивность, которая по С. МакМиллану относится к социальным (взаимодействие между пользователями), текстовым (между пользователем и документами) и технологическим (между пользователем и системой) аспектам новых медиа [McMillan, 2002] и определяется как контроль и/или возможность вмешательства в них, можно разделить на три уровня: низкий, средний и высокий. Если представить интерактивность в виде континуума определенных практик, то активность участников межличностного общения или продюсеров традиционных медиа окажется наивысшей, а активность их реципиентов – низшей (но не нулевой!<sup>5</sup>). Что касается активности пользователей новых медиа, то на этом континууме она будет занимать срединную позицию, в отдельных случаях приближаясь к наивысшей точке или падая к низшей.

Таким образом, мы можем утверждать, что именно интерактивность, стимулирующая участие, вовлеченность, право и возможность материальной трансформирующей деятельности пользователей, должна рассматриваться (наравне с цифровизацией) как ведущая характеристика новых медиа, отличающая их от «старых» медиа, вызревших до пятой (в терминологии А.И. Ракитова, развитой им на основе идей Д. Робертсона [Ракитов, 1993]) информационной революции.

Новые медиа размыкают свойственную «старым» медиа отчужденность между адресантом и адресатом, творцом произведения и его читателем/зрителем, экраном и аудиторией, между событиями и реакцией на них. Появление новых форм коммуникации и формирование культуры, построенной на играх с самоидентичностью автора/зрителя (например, в постмодернистском искусстве), актуализуют значение самостно-субъектной позиции человека (в качестве Участника или Наблюдателя) в конституировании реальности [Гилязова, 2017].

Свойственная «старым» медиа дихотомия Участник/Наблюдатель разрывается в новых медиа, которые демонстрируют, что позиция Участника не всегда знаменует активность, а Наблюдатель не всегда является пассивным. Благодаря интерактивности новых медиа человек приобретает возможности Участника, оставаясь при этом Наблюдателем, что в данном случае не только не взаимоисключается, но и взаимоподдерживается.

Поэтому говорить о том, что желание проявлять физическую активность для субъектов «погружения в иную реальность» (в чем, например, обвиняют телезрителей или современную молодежь, привязанную к гаджетам) свелось к нулю (в лучшем случае – заппинг, щелканье мышью и т. п.) из-за медийных технологий, которые радикально упрощают это погружение, не требуя от человека не только каких-либо специальных навыков (которым еще нужно учиться), но и элементарных усилий, справедливо только до появления пятой информационной революции.

Интерактивность как способность проявлять активность (т. е. быть Участником) в условной

---

<sup>4</sup> Хотя Конан Дойл, которого читатели заставили «воскресить» Шерлока Холмса, тут бы поспорил.

<sup>5</sup> Общественность может управлять ими напрямую (в ток-шоу на радио и телевидении, через письма редактору) или косвенно (интерпретирующим образом).

реальности, оказывать воздействие (причем напрямую – без посредничества редакторов и без разрушения носителя информации) на нее со стороны человека, имеющего самостоятельный статус Наблюдателя, позволяет новым медиа действовать в двух направлениях:

- 1) углублять тенденцию, спровоцированную четвертой информационной революцией (характеризующейся внедрением массмедиа) к изоляционизму, «социальному отшельничеству» (крайним выражением которого является феномен «хикимори»);
- 2) порождать обратную реакцию, заставляя пользователей пройти путь от пассивного созерцания заранее приготовленного имажинативного мира (в книгах, кино, на телевидении) до активного конституирования нового мира, в котором интересно не только поучаствовать персонажем (как в шутерах от первого лица), но и быть демиургом. Более того, появление Web 2.0 позволяет пользователям не замыкаться на активной (пусть и творческой) жизни в онлайн-пространстве, а вывести ее в «реал».

По контрасту с более старыми представлениями о пассивном медийном зрительстве появляется термин «культура участия» [Jenkins, 2006]. Она связана с феноменом так называемой цифровой активности. Под ней мы будем подразумевать такую активность в цифровом пространстве, когда онлайн-участие становится офлайн-изменением, но, в отличие от цифрового активизма, не ограничивается коллективной деятельностью «вокруг общих интересов и ценностей, реализуемой публично и бескорыстно» [Цит. по: Башева, 2020, 44].

Но эта цифровая активность (включающая в себя и активизм) приводит к парадоксу, неожиданному для провозвестников Интернета как «технологии свободы» (см. идеи М. Кастельса, Э. Тоффлера и др.): надежда на новый, более горизонтальный, разнонаправленный, основанный на широком участии, демократичный и доступный тип коммуникации выродилась в такой порок, как «темное участие»<sup>6</sup> (манипулятивная дезинформация, откровенный троллинг, киберзапугивание, создание «фейковых новостей» и т. п. [Robinson, Wang, 2018]), и в такие явления (введенные в том числе под предлогом борьбы с этим «темным участием»), как коммерциализация<sup>7</sup>, контроль и изоляция, доходящие до «цифрового тоталитаризма» (напоминающих Паноптикум Фуко). Впрочем, Интернет, не став утопией, все же пока еще не превратился и в антиутопию.

## Заключение

Новые медиа во многом превосходят старые, прежде всего, как мы определили, возможностями участия, причем участия, которое позволяет соединять два мира – цифровой и физический – в неразрывный континуум. Как показала ситуация с COVID-19, особенно важно то, что невозможно пренебречь цифровыми коммуникациями, но в то же время невозможно и крайне сложно (в том числе психологически) ограничиваться только ими.

Таким образом, технологические изменения не стоит сводить к инструментальным изменениям в коммуникации. Это преобразования, которые формируют облик (очертание которого станет яснее в будущем) новой коммуникативной культуры.

---

<sup>6</sup> Термин введен Т. Квандтом [Quandt, 2018].

<sup>7</sup> Не зря такая известная голландская исследовательница, как Ван Дейк, отмечает, что в современном онлайн-пространстве только Википедия, не будучи кооптированной крупным бизнесом, остается «неудобным напоминанием о том, чем могла бы быть сеть» [Van Dijck, 2013, 16].

---

## Библиография

1. Башева О.А. Цифровой активизм как новый метод гражданской мобилизации // Научный результат. Социология и управление. 2020. Т. 6. № 1. С. 41-57.
2. Гилязова О.С. Виртуальная реальность и действительность: проблема соотношения // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2017. № 3-2. С. 40-43.
3. Деникин А.А. О некоторых особенностях новых медиа // Медиа в эпоху дабл-пост. М.: Издательские решения, 2018. С. 61-66.
4. Полеухин А. Принципы новых медиа по Л. Мановичу. URL: <https://gonzo-design.ru/education/articles/newmediaprinciples>
5. Ракитов А.И. (отв. ред.) Информационная революция: наука, экономика, технология. М.: ИНИОН, 1993. 235 с.
6. Beaunoyer E., Dupéré S., Guitton M.J. COVID-19 and digital inequalities: reciprocal impacts and mitigation strategies // Computers in human behavior. 2020. Vol. 111.
7. Crosbie V. What is new media? URL: <http://www.sociology.org.uk/as4mm3a.doc>
8. Hansen M.B.N. New philosophy for new media. London: MIT Press, 2004. 333 p.
9. Hayles K. How we became posthuman. Virtual bodies in cybernetics, literature and informatics. Chicago; London, 1999. 366 p.
10. Jenkins H. Convergence culture: where old and new media collide. New York: New York University Press, 2006. 336 p.
11. Manovich L. The language of new media. Cambridge: MIT Press, 2001. 307 p.
12. McMillan S. Exploring models of interactivity from multiple research traditions: users, documents, systems // Handbook of new media: social shaping and consequences of ICTs. London: Sage, 2002. P. 163-182.
13. Paul C. Digital art. London: Thames and Hudson, 2003. 224 p.
14. Quandt T. Dark participation // Media and communication. 2018. Vol. 6. No. 4. P. 36-48.
15. Robinson S., Wang Y. Networked news participation: future pathways // Media and communication. 2018. Vol. 6. No. 4. P. 91-102.
16. Scolari C.A. Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008. 317 p.
17. Van Dijck J. The culture of connectivity: a critical history of social media. New York: Oxford University Press, 2013. 240 p.

### **New media in contemporary cyberculture: on their specifics as a form of digital communication**

**Ol'ga S. Gilyazova**

PhD in Philosophy,  
Associate Professor at the Centre for the Development of Universal Competencies,  
Ural Federal University,  
620002, 19 Mira st., Ekaterinburg, Russian Federation;  
e-mail: [olga\\_gilyazova@mail.ru](mailto:olga_gilyazova@mail.ru)

**Ivan I. Zamoshchanskii**

PhD in Philosophy,  
Associate Professor at the Centre for the Development of Universal Competencies,  
Ural Federal University,  
620002, 19 Mira st., Ekaterinburg, Russian Federation;  
e-mail: [ivanz.79@mail.ru](mailto:ivanz.79@mail.ru)

## Abstract

The paper aims to theoretically contribute to speculation on the specifics of new media in the emerging cyberculture from the dialectical perspective, which helps avoid extremism both in technodeterminist and cyberoptimist discourses that imply that it is technology that society and culture are centred around, and in socioconstructivist discourse that suggests that it is society that forms technology. The topic turns even more relevant amidst the COVID-19 pandemic – when digital communication changes its status from a convenient instrument to a necessity. As for the theoretical basis, the authors follow the concept of informational revolutions, developed by Russian scientist A.I. Rakitov, and the concept of C.A. Scolari (complementing them with the theories of M.B.N. Hansen, K. Hayles, L. Manovich, S. McMillan, and other contemporary philosophers and media theorists), who analyses new communication forms that appear as a result of the cultural convergence of the media and language through the concepts of digitalisation, hypertextuality, multimedia, reticularity, and interactivity. The authors conclude that interactivity where a user acts both as a Participant and an Observant and thus extends his/her direct involvement in the cyberworld and the real world is the leading one of these five main specifics of new media (except digitalisation, as it gives rise to all the others). This manifests the emergence of the phenomenon of digital activity, which has both advantages and downsides.

## For citation

Gilyazova O.S., Zamoshchanskii I.I. (2020) Novye media v sovremennoi kiberkul'ture: k voprosu ob ikh spetsifike kak formy tsifrovoi kommunikatsii [New media in contemporary cyberculture: on their specifics as a form of digital communication]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 10 (5A), pp. 93-100. DOI: 10.34670/AR.2020.90.89.010

## Keywords

Information revolutions, cyberculture, new media, digitalisation, digital communication, digital activity.

## References

1. Basheva O.A. (2020) Tsifrovoi aktivizm kak novyi metod grazhdanskoi mobilizatsii [Digital activism as a new method of civil mobilisation]. *Nauchnyi rezul'tat. Sotsiologiya i upravlenie* [Research result. Sociology and management], 6 (1), pp. 41-57.
2. Beaunoyer E., Dupéré S., Guitton M.J. (2020) COVID-19 and digital inequalities: reciprocal impacts and mitigation strategies. *Computers in human behavior*, 111.
3. Crosbie V. *What is new media?* Available at: <http://www.sociology.org.uk/as4mm3a.doc> [Accessed 10/08/20].
4. Denikin A.A. (2018) O nekotorykh osobennostyakh novykh media [Some features of new media]. In: *Media v epokhu dabl-post* [Media in the double-post era]. Moscow: Izdatel'skie resheniya Publ., pp. 61-66.
5. Gilyazova O.S. (2017) Virtual'naya real'nost' i deistvitel'nost': problema sootnosheniya [Virtual reality and reality: the problem of correlation]. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki* [Historical, philosophical, political and law sciences, culturology and study of art. Issues of theory and practice], 3-2, pp. 40-43.
6. Hansen M.B.N. (2004) *New philosophy for new media*. London: MIT Press.
7. Hayles K. (1999) *How we became posthuman. Virtual bodies in cybernetics, literature and informatics*. Chicago; London.
8. Jenkins H. (2006) *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press.
9. Manovich L. (2001) *The language of new media*. Cambridge: MIT Press.
10. McMillan S. (2002) Exploring models of interactivity from multiple research traditions: users, documents, systems. In: *Handbook of new media: social shaping and consequences of ICTs*. London: Sage, pp. 163-182.
11. Paul C. (2003) *Digital art*. London: Thames and Hudson.
12. Poleukhin A. *Printsipy novykh media po L. Manovichu* [L. Manovich's principles of new media]. Available at: <https://gonzo-design.ru/education/articles/newmediaprinciples> [Accessed 10/08/20].

13. Quandt T. (2018) Dark participation. *Media and communication*, 6 (4), pp. 36-48.
14. Rakitov A.I. (ed.) (1993) *Informatsionnaya revolyutsiya: nauka, ekonomika, tekhnologiya* [Information revolutions: science, economics, technology]. Moscow: Institute of Scientific Information on Social Sciences.
15. Robinson S., Wang Y. (2018) Networked news participation: future pathways. *Media and communication*, 6 (4), pp. 91-102.
16. Scolari C.A. (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
17. Van Dijck J. (2013) *The culture of connectivity: a critical history of social media*. New York: Oxford University Press.