

# ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТОПОСА СЕТЕВОЙ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В ПАРАДИГМЕ КОНСТАНТНЫХ СТРУКТУР

## DEFINITION OF THE NETWORK MEDIA COMMUNICATION TOPOS IN THE PARADIGM OF CONSTANT STRUCTURES

**D. Bozhedarov  
A. Ruzmanov**

*Summary:* The article analyzes network media communication, its impact on sociodynamics, inculturation, industrialization and other areas of development of modern global society. Constant structures, system features of the network media communication space are determined, and a theoretical definition is formulated. The revealed constant structures at the first stage open up new directions in the study of the network media communication space, the possibility of finding an approach to determining the methods of managing this media system.

*Keywords:* media communication, network media space, system features, network society, media environment, drogstore, Internet space, communication, mass media.

**Божедаров Дмитрий Александрович**

*К.филол.н., доцент, Мордовский государственный  
национальный исследовательский университет  
им. Н.П. Огарева  
db13@rambler.ru*

**Рузманов Артём Александрович**

*Мордовский государственный национальный  
исследовательский университет им. Н.П. Огарева  
artomruzmanov@yandex.ru*

*Аннотация:* В статье анализируется сетевая медиакоммуникация, ее влияние на социодинамику, инкультурацию, индустриализацию и прочие направления развития современного глобального общества. Определяются константные структуры, системные признаки сетевого медиакоммуникационного пространства, формулируется теоретическое определение. Выявленные константные структуры на первом этапе открывают новые направления в исследовании сетевого медиакоммуникационного пространства, возможности поиска подхода к определению методик управления данной медийной системой.

*Ключевые слова:* медиакоммуникация, сетевое медиапространство, системные признаки, сетевое общество, медиасреда, дрогстор, интернет-пространство, коммуникация, СМИ.

### Введение

**С**етевая медиакоммуникация! Она «накрыла» нас в самом начале XXI века. Это она с первых шагов практически обезличила нас, превратив имена в «ники», она заставила нас изменить наши лица до неузнаваемости и менять их столько раз, сколько будет необходимо для продолжения виртуальной жизни. Она предложила нам надеть виртуальные одежды, просто нарисовав их. Она забрала все свободное время у наших детей и какой-то неведомой силой втянула их в экраны мессенджеров и гаджетов. Она за относительно короткий срок своего существования в социуме успела изменить не одну парадигму, изменив признаки успешного человека мыслящего на человека играющего. Это она заставляет нас забыть о том, кто такой автор и вместо него подкладывает нам к использованию «акторскую» концепцию. Вместе с тем уводя далеко в забвение образ человека – творца. Теперь нет плода творения. Есть сам творец как явление и от того, насколько неожиданно и противоречиво это явление зависит продолжительность его существования. Она привела нас к тому, что образ – это теперь «Генеральное средство достижения поставленных актором целей, задач и сверхзадач». Образ по ее велению становится орудием, рождаясь на прочных сцепках между актерскими проявлениями. Образ, который способен настолько повлиять на аудиторию, да и на

самого актора, что подростки поднимутся на крышу и по условиям игры «Синий кит» покончат жизнь самоубийством. Войдя в экспрессивный актерский образ, молодой мужчина становится способным убить или заморозить до смерти на балконе девушку. Это система новых образов так грамотно и дидактически верно выгнала наших детей на улицы городов в 2021 году и ввязала их в политические войны. Нам сейчас необходимо научиться контролировать ее действия потому, что печальные их последствия происходят прямо сейчас.

### Цель исследования

- Определить константные структуры сетевой медиакоммуникации в виде системных признаков;
- Определить подход к теоретическому обоснованию сетевого медиапространства;
- Определить влияние сетевого медиаконтента на смену социальной парадигмы «информационное общество» - «Сетевое общество»;

### Актуальность

При анализе сетевого медиапространства и его онтологической сущности, поиске константных сегментов рассматриваемой медиаструктуры, традиционно актуальность обуславливает недостаточное количество

фундаментальных исследований данной сферы. Которые противопоставлены огромному числу примеров значительного и в то же время неоднозначного влияния его медиаактивности на развитие и формирование культуры социума. В современной теории обнаруживаются взгляды на сетевое медиапространство как на ресурс власти и борющейся за власть элиты. Так Одинцов А.В. утверждает, что сетевое пространство - есть хранилище коллективной памяти, социального опыта. Именно сетевое медиапространство способно создавать и транслировать имидж, общественное мнение и социальные мифы[1]. Но данный подход к осмыслению сущности сетевого медиапространства со временем не стал доминантным. Интернет в сетевом его выражении стал, так называемым, «Столовым прибором» в руках власть предержащих. По мнению исследователя, успех властвующей элиты зависит от уровня владения сетевой медиакоммуникации, управления медиапространством и навыков работы в нем. Но стоит отметить, что в академическом смысле определение, что же такое «Сетевое общество», - отсутствует [2]. На это указывают: Л.А. Саенко и М.В. Егоров. Очевидно, что эта ситуация носит временный статус. Описать развитие современной информационной системы только лишь понятием «информационная» не возможно. На тенденции преобразования коммуникационных информационных систем в сетевые (Радиовещание вынуждено порождать подкаст) указывают такие исследователи медийных процессов, как: Ян Ван Дейк, М. Кастельс, А.В. Назарчук, О.Б. Давыдов. Последний утверждает, что стремительное развитие медиаструктур в обществе, обеспечивающее его медиатизацию на основе появления новейших технологий, во многом обусловило смену социальной парадигмы с индустриальной на сетевую коммуникационную. Соответственно и общество призывает определять как не просто информационное, а именно – сетевое[3]. Объясняя это еще и тем, что все основные социальные институты вынуждены иметь собственные площадки в сетевом коммуникационном пространстве. Наличие такой возможности обеспечивает эффективность их функциональности, проникая все глубже в повседневность и быт человека.

#### Научная новизна

Перед социумом открылись новые возможности интерактивных проявлений. Сетевая коммуникативная система приобретает новый статус - безбарьерной коммуникационной среды, принося в социум все возможные результаты подобных интеракций. Становится возможным выделить новые проявления медиасреды, которые оформляются как в положительные, так и в отрицательные тенденции. Возникает проблема управляемости сетевой медиакоммуникацией. и, как следствие, возникает проблема социальной безопасности. Последняя зависит от того, какие образы транслирует во внешнюю среду «сетевая паутина».

#### Методы исследования

Отсутствие должного объема теоретической базы изучения сетевого медиапространства предопределяет метод общенаучного подхода, метод обобщения накопленного эмпирического и профессионального опыта, метод описания явлений, происходящих в рассматриваемой среде, метод сравнительного анализа и экстраполяции полученных данных и имеющихся ранее научных изысканий в иных сферах к предмету нашего исследования.

#### Результаты исследования и их обсуждение

Для наиболее эффективного изложения нашей позиции относительно медиапространства мы будем пользоваться собственным определением, построенным на обобщенных данных анализа существующих концепций. Итак, **«Медиапространство – это среда для эффективного взаимодействия информационных структур, функционирование которой регламентировано технологическими возможностями и институциональными постулатами».**

Социальные сети или по-другому социальные медиа – это интернет-платформы, предназначенные для различных целей. С помощью них можно общаться, поддерживать контакт с другими, находить людей со схожими интересами и предпочтениями. Также социальные сети используются в целях работы, рекламы и развлечения. Социальные медиа стали важнейшим звеном сетевого коммуникативного пространства, так как именно в их рамках происходит межкультурное взаимодействие различных пользователей со всего мира. Согласно статистике, по состоянию интернета на 2021 год социальными сетями пользуются 4,2 миллиарда человек, тем самым составляя более 50% мирового населения [4].

Безусловно, социальные сети трансформировали современное медиапространство. Это связано с тем, что на данный момент медиасреда – это не просто сочетание различных каналов связи (радио, телевидение, пресса), с помощью которых мы получаем материалы о последних мировых событиях. Это целая среда, в которой производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды [5, 12]. И социальные сети играют важную роль в рамках данного высказывания. Социальные медиа, используя возможности интернет-коммуникации, преодолевая географические и политические барьеры, создают свободное, открытое пространство, где каждый может заявить о себе, поделиться личным жизненным опытом, творчеством, мнением об определенных событиях, ситуациями, которые произвели определенное впечатление, продвигать себя как собственный медиабренд.

Энтропийный характер диалектической динамики сетевого медиакоммуникационного пространства лишь

на первый взгляд демонстрирует хаотичность направлений развития системы в целом на первоначальном этапе. На самом деле энтропия выступает в качестве условия обретения большего количества новых сценариев. Одно проявление медиакоммуникативности, связываясь с другим, образуют медиаактивный конгломерат с присутствующими ему медийными целями и задачами. Так на первый взгляд выглядит генезис сетевой медиакоммуникации. В данном случае ризомность становится не просто разрозненной активностью, а условием к развитию. Термин «Ризома» введен в философию в 1976 году. Принцип ризомы выступил в качестве отличительного признака постмодернизма. «Она есть семиотическое звено как клубень, в котором спрессованы самые разнообразные виды деятельности - лингвистической, перцептивной, миметической, жестикуляционной, познавательной; самих по себе языка, его универсальности не существует, мы видим лишь состязание диалектов, говоров, жаргонов, специальных языков» [6, 31]. Так доступно на примере лингвистических структурных проявлений представили принцип ризомности в диалектической сущности любого процесса его основатели Ж. Деллез и Ф. Гваттари. По их мнению ризома обладает уникальной способностью проникать в чуждые диалектические цепи. При этом именно ризома обеспечивает условия для создания так называемых поперечных связей, на базе которых генерируются в социальном пространстве принципиально новые явления и социальные акции [7, 254].

Примечательно, что именно в ризомности мы наблюдаем истоки парадигмального переворота в отношении авторства («Смерть субъекта»; «Смерть автора»). Подобная установка постмодернистической парадигмы выступает в качестве условия развития ризомного характера произведений, а точнее – их структур [8, 384-391].

Оценивая ризомный характер развития любого процесса, необходимо понимать, что ризома – это не хаос. Это фиксированный диалектический постулат. По мнению авторов концепции «любая ризома включает в себя линии сегментарности, согласно которым она стратифицирована, территориализована, организована, означена, атрибутирована и т.д.; но также и линии детерриторизации, по которым она беспрестанно ускользает» [9, 16].

Вместе с тем авантюрный характер ризомной активности обеспечивает почти случайный успех. Задача сетевой медиакоммуникации – продуцирование как можно большего числа акторских проявлений. Большое количество сценариев, нелинейных, а поперечных связей, чаще всего, не запланированных, а стихийных, рискованных соединений, которые на основе синергетического ресурса порождают новые акторские проявления внутри сети. Происходит массивное нарастание «мочковатости корневища» или обеспечен «взрывной» характер развития сетевого медиакоммуникативного пространства.

Игровой характер диалектической сущности сетевой медиакоммуникации приводит к новому парадигмальному явлению, а точнее изменению концепции «Человек – коммуникатор», как образ современного человека, на «Человек играющий». Образ игры вбирает в себя множество функциональных значений, в том числе и «человек – мыслящий», «человек – успешный», «человек – коммуникатор» и т.д. Основоположник концепции Homo Ludens Йохан Хёйзинга предопределяя структурные возможности сетевой коммуникации, указывает на смену имиджа, которая возможна в игровом процессе. Актор получает возможность представить собой иное существо посредством надевания маски. При этом всевозможные эмоции и иллюзии присутствуют в этом процессе благодаря изменению имиджа. Й. Хёйзинга утверждает: «Суммируя, мы можем назвать игру с точки зрения формы некоей свободной деятельностью, которая осознается как ненастоящая, не связанная с обыденной жизнью и, тем не менее, могущая полностью захватить играющего; которая не обуславливается никакими ближайшими материальными интересами или доставляемой пользой; которая протекает в особо отведенном пространстве и времени, упорядоченно и в соответствии с определенными правилами и вызывает к жизни общественные объединения, стремящиеся окружать себя тайной или подчеркивать свою инаковость по отношению к обычному миру своеобразной одеждой и обликом» [10, 28].

При анализе функционирования сетевой медиакоммуникации удается выделить пять основных системных проявлений, которые отражают суть процессов «эстетизации», так же высвечивают проблему соблюдения этических норм в сетевом медиaprостранстве. Выделенные системные проявления носят функционально демонстрационные названия – это:

1. Синдром «безбарьерной среды»;
2. Синдром «пионера»;
3. Синдром «Симулякра»;
4. Синдром «моргенштерна»;
5. Синдром «мигрирующего образа».

По нашему мнению, представленные синдромы (системные проявления) в полной мере отражают диалектическую и онтологическую суть системы и требуют дальнейшего изучения и теоретического мониторинга с целью выявления дальнейших константных структур. Еще одно константное проявление, которое удалось установить в ходе анализа функционирования сетевой медиакоммуникации – признак «Дрогстора». Развиваясь в условиях общества потребления и ориентируясь на потребителя, сетевое медиакоммуникационное пространство должно отвечать основным требованиям потребителя. Соответственно обладать современным адекватным запросу аудитории образом или системой образов. Интересен в этой связи подход к анализу об-

раза сетевого медиaprостранства с точки зрения Ж. Бодрийяра, который при описании онтологической сути общества потребления прибегает к понятию «Дрогстор». Исследователь рассматривает его как новый коммерческий центр. Если представить сетевую медиакommunikацию как урбанистический агломерат с присущими ему улицами, проспектами, переулками, вобравшими в себя всевозможные магазины. Киоски, бутики с наибольшим разнообразием ассортимента. И коммерческий центр уже не может быть представлен одним лишь центром сбыта определенной продукции. Его важность в единстве разнообразия предложений. В свете теории дрогстора один актер может быть представлен в различных образах, преследующих различные социальные цели. Производство различных образов способствует развитию не только перцептивной системы сетевой медиакommunikации, но и ее синаптической способности. Образ актера с наличием все новых и новых проявлений способен аккумулировать вокруг собственных идей большое число новой аудитории. В результате наблюдается процесс «акторской семулакризации» (лат. Simulare – претворяться).

Анализируя причины и мотивы участия в процессах сетевого медиакommunikационного пространства, мы обнаруживаем потребность ухода от актерской ответственности. Истоки этого процесса кроются в одном из онтологических принципов сетевой медиакommunikации – отсутствие институциональности! Это приводит коммуникатора к потребности изменить собственную личность. Закамуфлировать ее до неузнаваемости или создать новую виртуальную личность. Тем самым повлиять на собственный социальный статус и повысив его успешно войти в коммуникативное пространство под маской очередного героя, готового к производству целой серии сетевых интернет-подвигов. Срабатывает еще один мотивационный компонент: «не узнан – значит не наказан». В условиях дрогстора актерская семулакризация проявляет себя наиболее эффективно. Это значит, что находятся решения практически всех коммуникативных задач. Ж. Бодрийяр описывает дрогстор, как «... синтез изобилия и подсчета – это дрогстор. Дрогстор (или новый коммерческий центр) создает возможность связи различных форм потребительской деятельности, немаловажными из них являются шопинг, флирт с предметами, игровое блуждание и комбинирование возможностей. В этом качестве дрогстор является более характерным для современного потребления, чем большие магазины, где количественное скопление продуктов оставляет меньше места для игрового исследования, где освещение, расположение предметов навязывают более утилитарное продвижение и где сохраняется кое – что от той эпохи, когда они были рождены и когда происходило приобщение многочисленных классов к обычным предметам потребления» [11,294].

Литература

1. Одинцов А.В. Медиaprостранство в сетевом обществе: контуры новой властвующей элиты // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2017, вып. 2. С. 167-171. DOI: 10.18500/1819-7671-2017-17-2-167-171.
2. Саенко Л.А. Егоров М.В. Сетевое общество в контексте современных социальных трансформаций. // Дискуссия : политематический журн. науч. публикаций. 2014. №7 (48). С. 88-92.
3. Давыдов О.Б. Сетевое общество и его бытие // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), №11, (31), 2013.
4. URL: Вся статистика интернета и соцсетей на 2021 год – цифры и тренды в мире и в России. <https://www.web-sapare.ru/> (дата обращения 4.04.2022)
5. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический проект, 2005. 448 с.
6. Делез Ж, Гваттари Ф. Ризома // Философия эпохи постмодернизма /сост., ред. А. Усмановой. Минск. Красико-принт, 1996. – С. 6-31.
7. Ильин И.П. Постмодернизм. Словарь терминов. М.: ИНИОН РАН (отдел литературоведения): INTRADA, 2001, 384 с.
8. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика/Р. Барт. – М.: Прогресс, 1989. – 615 с.
9. Делез Ж., Гваттари Ф. Капитализм и шизофрения. Тысяча плато. / Ж. Делез, Ф. Гваттари. – Екатеринбург, М., 2010. – 895 с.
10. Хейзинга Й. Homo Ludens. Человек играющий / Йохан Хейзинга ; [пер. с нидерл. Д.В. Сильверстова; коммент. Д.Э Харитоновича]. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2019. – 400 с. (Азбука-классика. Non-fiction).
11. Бодрийяр Ж. Общество потребления/Ж. Бодрийяр; [перевод с французского Е.А. Самарской]. – Москва : Издательство АСТ, 2021. – 384 с.

© Божедаров Дмитрий Александрович (db13@rambler.ru), Рузманов Артём Александрович (artomruzmanov@yandex.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»