

Факультет журналистики  
Кафедра новых медиа и теории коммуникации

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИА В КОНТЕКСТЕ  
ОСНОВНЫХ КОНЦЕПЦИЙ ТОРОНТСКОЙ ШКОЛЫ ТЕОРИИ  
КОММУНИКАЦИИ**

Дипломная работа  
студентки V курса дневного отделения  
Я. Ю. КОЛОМИЕЦ

Научный руководитель:  
зав. каф.  
Новых медиа и теории коммуникации,  
доцент, к.ф.н.  
И.И. ЗАСУРСКИЙ

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b>	<b>2</b>
<b>ГЛАВА I. ТОРОНТСКАЯ ШКОЛА ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ</b>	<b>8</b>
<b>§1. Гарольд Иннис</b>	<b>9</b>
1. Time-biased и space-biased media.....	10
2. Равновесие time-biased и space-biased media.....	15
<b>§2. Маршалл Маклюэн</b>	<b>17</b>
1. Переход от устности к ранней письменности .....	19
Medium is the message, Ухо и глаз	
2. Переход от письменности к печати	23
Нарциссический наркоз	
3. Эпоха электричества.....	27
Расширение центральной нервной системы, Глобальная деревня	
<b>§3. Уолтер Онг ....</b>	<b>31</b>
1. Мышление человека в эпоху устности	32
2. Secondary Orality	38
<b>§4. Инструментарий Торонтской школы теории коммуникаций в исследованиях Мануэля Кастельса</b>	<b>40</b>
<b>ГЛАВА II. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИА</b>	<b>44</b>
<b>§1. Web 2.0. Новый уровень: «культура участия»</b>	<b>46</b>
<b>§2. Интернет как всемирный банк знаний: «культура ремикса»</b>	<b>52</b>
<b>§3. Информатизация. Информационная перегрузка: «за что боролись»</b>	<b>58</b>
<b>§4. Персонализация: высокая культура медиапотребления</b>	<b>63</b>
<b>§5. Социализация: «Из какого ты племени?»</b>	<b>68</b>
<b>§6. «Конвергенция»: человек плюс медиа</b>	<b>75</b>
<b>§7. «Мобилизация»: «вне времени, вне пространства»</b>	<b>81</b>

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ 85**

## **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК 91**

### **Введение**

Стремительное развитие информационных технологий и повсеместное использование сети Интернет как основного средства массовой коммуникации является причиной мощных изменений во всех сферах человеческой жизни.

Современные технологические инновации способствуют существенному усовершенствованию системы коммуникации и выводят её на качественно новый уровень. основополагающее значение коммуникации в развитии истории сегодня становится всё более очевидным, и ученые всё чаще обращаются к идее о том, что коммуникация влияет на социум в большей степени, чем экономика или какая-либо другая сфера.

Значительные изменения в сфере медиа, произошедшие за последние несколько лет, повлекли за собой очередную интеллектуальную революцию<sup>1</sup>, которая поставила перед исследователями современной действительности новые задачи.

На данном этапе развития коммуникации ключевыми являются следующие направления развития медиа: конвергенция, использование сети Интернет, распространение мобильной связи и рост её ключевых функций. Они провоцируют смещение, а иногда полное стирание границ не только между различными технологическими площадками для размещения контента, но и между видами и формами самого контента.

Мощный скачок в развитии технических средств коммуникации дал возможность объединять сегодня текст, звук, графику, фото и видео в единый мультимедийный продукт на одной цифровой площадке, которая может являться и персональным компьютером, и ноутбуком, и планшетом, и даже

---

<sup>1</sup> Энциклопедия эпистемологии и философии науки М.: «Канон+». РООИ «Реабилитация». И.Т. Касавин, 2009, с. 285

смартфоном. Повсеместная дигитализация обусловила специфику современного коммуникационного процесса, особенностью которого стало многократное увеличение объемов информации, бесконечное повышение скорости создания и распространения, а также существенное упрощение способов её передачи. Всё это повысило степень проникновения технических средств массовой коммуникации в повседневную жизнь современного человека и усилило влияние информационных технологий на его образ жизни и мышление.

В развитии медиа произошел качественный сдвиг, спровоцировавший серьезные изменения поведенческих паттернов современного человека и, как результат, повлекший изменения на всех уровнях общественной жизни.

Данные изменения заслуживают особого внимания научного сообщества, так как без исследования и интерпретации влияния новых информационных технологий на образ жизни и мышление людей, представляется невозможным не только дальнейшее исследование информационных технологий, но и выработка практических рекомендаций в сфере развития технических средств массовой коммуникации.

Изучение качественных изменений в системе коммуникаций под воздействием инновационных медиа началось в середине XX века. Первым исследователем и разработчиком темы стал руководитель отдела политической экономии Торонтского университета Гарольд Иннис. Будучи историком экономики, Иннис сначала попробовал связать историю развития цивилизаций с различными стадиями развития экономики. Однако вскоре он пришел к выводу, что экономические критерии не могут в полном объеме объяснить исторических закономерностей. Посредством подробнейшего анализа обширного исторического материала Иннис пришел к идее о существовании связи между развитием цивилизации и средствами коммуникации, используемыми в ней. В своих дальнейших исследованиях Иннис обращался непосредственно к анализу коммуникации. На основе его

исследований огромный вклад в осмысление процессов коммуникации внёс Маршал Маклюэн. А дополнены и развиты концепции Маклюэна были в трудах его последователя Уолтера Онга.

Разработки этих исследователей являются незаменимым теоретическим базисом, а научные метафоры – эффективными инструментами для понимания, описания и интерпретации современной действительности.

Масштаб изменений, произошедших в XXI веке под влиянием новых информационно-коммуникационных технологий, по-настоящему велик и требует серьезного подхода. Однако на данный момент изучение коммуникации в России носит междисциплинарный характер и не всегда может объяснить те явления, которые происходят в личности и обществе благодаря изменениям и развитию в медиапространстве. Поэтому гипотезой данного дипломного сочинения выступает предположение, что явления современной действительности можно описать, проинтерпретировать и осмыслить, используя инструментарий Торонтской школы теории коммуникаций. Объектом исследования выступают новые медиа, предметом – современные тенденции развития медиа и их влияние на образ жизни и мышление человека.

Учитывая скорость развития современных информационных технологий, вероятно, в будущем процессы в сфере коммуникации будут настолько быстрыми, что осмыслить новую реальность представится возможным только полностью сфокусировавшись на самой коммуникации и посвятив ей отдельную академическую дисциплину. Это не представляется возможным без определенных технологий изучения данной дисциплины. Научная значимость данного исследования заключается в попытке верифицировать инструментарий Торонтской школы для дальнейшего изучения коммуникации.

Целью данной дипломной работы является научное исследование и описание современных процессов, протекающих в сфере массовой коммуникации, а также анализ последствий влияния новых информационных

технологий на социокультурные и психологические паттерны современного человека.

Для достижения поставленной цели автором настоящего исследования был сформулирован ряд задач:

1) рассмотреть историю развития коммуникации в контексте развития информационных технологий

2) выявить основной методологический инструментарий Торонтской школы теории коммуникации

3) изучить современные тенденции развития медиа, используя методы исследования Торонтской школы теории коммуникаций

4) рассмотреть специфику процесса взаимодействия человека с современными медиа

5) выявить последствия влияния новых информационных технологий на различные сферы общественной жизни

6) обозначить проблематику изменений в образе жизни и мышления современного человека под воздействием трансформации средств массовой коммуникации

Для осуществления данного исследования были выбраны методы: аналогии, наблюдения и сопоставления.

Дипломная работа состоит из введения, двух частей: теоретической и практической, заключения и библиографического списка. В теоретической части описывается история развития медиа-коммуникации в концепциях представителей Торонтской школы теории коммуникаций: Гарольда Инниса в первом параграфе, Маршала Маклюэна во втором и Уолтера Онга в третьем, что позволяет автору работы определить основной инструментарий Торонтской школы и использовать его для исследования ключевых тенденций развития медиа, результаты которого представлены во второй главе дипломного сочинения, а выводы по работе – в заключении.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Исследователи Торонтской школы Г. Иннис, М. Маклюэн и У. Онг рассмотрели историю развития человечества от древних времен до середины XX века с точки зрения влияния на неё изменений технологий коммуникации.
2. Сформулированные учеными Торонтской школы метафоры являются актуальными аналитическими инструментами, с помощью которых представляется возможным понять современные процессы, протекающие в сфере коммуникации. Исследование современных медиа и описание основных механизмов их функционирования позволило автору выделить семь основных тенденций развития и влияния современных медиа на человека, общество и культуру:
  - Использование сети Интернет в качестве основного средства коммуникации включает «активную» модальность поведения человека, что ведет к формированию «культуры участия».
  - Логичным следствием формирования в обществе «культуры участия» становится развитие «культуры ремикса».
  - Возможность дигитализации данных и конвергенция обуславливают ускорение доступа к информации, одновременно облегчая способ публикации материалов, что ведет к формированию новых коммуникационных практик, которые можно условно обозначить как «новую устную» культуру коммуникации.
  - Рост объемов информации обуславливает развитие тенденции персонализации контента, которая формирует высокую культуру медиапотребления.
  - Расширение органов чувств и памяти человека в медиум на данном этапе развития средств коммуникации ведет к эволюции отношений человека и медиа, а также к образованию нового типа социальной инфраструктуры, который можно условно назвать «нервной системой человечества».

- Появление и развитие социальных сетей стало причиной увеличения возможностей коммуникации, и способствовало возникновению новых сообществ и групп по интересам и новой информационной культуры, в которой принадлежность к тому или иному «информационному племени» является одной из главных характеристик, что, по утверждению некоторых учёных, возвращает часть практик и атрибутов из прошлого человечества.
  - «Мобилизация» медиа не только облегчила связь между людьми, но и сделала устойчивыми, практически непрерывными, существующие социальные связи, что способствовало установлению коммуникации в режиме реального времени.
3. В данном исследовании были изучены тенденции развития медиа, а тенденции, как известно, всегда предполагают дальнейшее развитие, что так же говорит о том, что выявленные последствия влияния новых информационно-коммуникационных технологий на человека, культуру и общество на данный момент находятся на своем начальном этапе.
4. Оказывая мощное воздействие на человека, общество и культуру, новейшие тенденции развития медиaprостранства формируют новый образ современной коммуникационной системы, функционирующей по принципу «коллективного разума». И, несмотря на то, что с точки зрения оптимизации коммуникационной инфраструктуры и насыщения информацией, необходимой для реального решения актуальных проблем, он находится на начальной стадии своего развития, можно говорить о том, что он уже справляется с постановкой задач и перепроверкой результатов работы социальных институтов, органов власти, бизнеса и научного сообщества.

## ГЛАВА I

### ТОРОНТСКАЯ ШКОЛА ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

**Торонтская школа теории коммуникаций** – это школа научной мысли в теории коммуникаций, принципы которой были разработаны главным образом учеными из Торонтского университета: Гарольдом Иннисом, Маршаллом Маклюэном и Уолтером Онгом. Они рассмотрели влияние средств массовой коммуникации на развитие цивилизации от первобытного общества до последней четверти XX века.

В своих научных трудах исследователи излагают концепции, общей идеей которых является то, что основной двигатель исторического процесса – новые информационные технологии, которые кардинально меняют образ жизни и мышления людей.

По мнению Деррика де Керхова, профессора Торонтского университета и до 2008 года руководителя программы изучения наследия Маклюэна, представители Торонтской школы предложили не просто новую теорию коммуникаций, а радикальную идеологию, сравнимую с марксистской и фрейдистской моделями, объясняющими устройство мира.<sup>2</sup>

В данной дипломной работе рассматриваются исследования трех представителей Торонтской школы: Гарольда Инниса, Маршалла Маклюэна и Уолтера Онга, потому как понятия, сформулированные в их концепциях, на современном этапе развития средств массовой коммуникации приобретают новую актуальность.

---

<sup>2</sup> *Derrick de Kerchhove* McLuhan and the «Toronto school of communication» // Canadian journal of communication/ Special Issue P. 73 – 79.

## §1 Гарольд Иннис: *time biased* и *space biased* медиа

*«Иннис стал первым человеком, случайно открывшим процесс изменений, имманентно присущий и сопровождающий появление средств массовых коммуникаций.»*

*Герберт Маршалл Маклюэн<sup>3</sup>*

Гарольд Иннис занимает особое место среди ученых XX века. Его труды не сразу были поняты научным сообществом. Однако теперь, когда понимание современной действительности напрямую зависит от осмысления процессов коммуникации и все больше философов, политологов, культурологов и социологов обращается к исследованиям медиа, работы Инниса приобретают особый интерес.

Гарольд Иннис первым взглянул на процесс развития коммуникационных технологий, как на ключевой процесс, определяющий историческое развитие. В отличие от современников, в своих исследованиях ученый отошел от изучения исключительно экономической детерминанты и обратился к исследованию более важного, на его взгляд, двигателя исторического процесса – технологий, формирующих потоки знаний и информации.

Основываясь на глубоком анализе обширного исторического материала, Иннис поместил в центр своего исследования цивилизаций массовую коммуникацию.

Он одним из первых начал систематическое изучение связи между типом медиа и видом социального устройства.

---

<sup>3</sup> Маклюэн М. Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего. — М.: Академический проект: Фонд «Мир», 2005. — С.103

Проанализировав историю формирования и развития различных цивилизаций, Иннис пришел к выводу, что каждый исторический период сопровождается решением определенных проблем, связанных с монополизацией средств массовой коммуникации властной элитой. Решением такого рода проблем, как правило, становится появление нового типа медиа, которое ведет к кардинальным изменениям в культуре и социальной структуре общества.

### **1. Time-biased и space-biased media**

Иннис полагал, что именно тип медиа, посредством которого хранится и передается значимая информация, определяет вид социального устройства цивилизации. Так, согласно его концепции, все средства массовой коммуникации делятся на два типа: **временные (time-biased)** и **пространственные (space-biased)**.

К временным медиа Иннис относил «тяжелые», долговечные и дорогостоящие материалы. Например, такие, как камень и глина. Так как их трудно перемещать, они не способствуют территориальной экспансии, но, в силу своей долговечности, хорошо подходят для трансляции знаний через поколения и «расширения» империи во времени. Как правило, такие медиа использовались для передачи небольшого объема значимой информации.

Пространственные медиа, согласно Иннису, «легкие», портативные и нетрудные в обработке, как бумага или папирус. Они не сложны в изготовлении и беспрепятственно могут быть транспортированы на огромные дистанции.

Иннис проследил связь между типом медиа, преобладающим в государстве, и типом самого государства. Так, согласно его концепции, все государства, как и средства массовой коммуникации, можно разделить на временные и пространственные. Такое разделение позволило исследователю

объяснить многие события, произошедшие в истории различных цивилизаций.

Иннис заметил, что использование временных средств коммуникации делает значимую информацию недоступной для широких масс, способствует монополизации знания, строгой социальной иерархии и преемственности власти. «Временные медиа способствуют централизации государственного управления, сакрализации знания и, как следствие, единству религиозной и светской власти»<sup>4</sup>, как, например, в Древнем Египте.

Использование пространственных медиа, напротив, способствует доведению больших объемов общественно-важной информации до широкой аудитории на огромные территории и, как результат, формированию крупных территориально-политических объединений – империй.<sup>5</sup>

Задумываясь, при каких условиях общество может поддерживать стабильность (при этом стабильность понимается как способность политики и экономики адаптироваться к изменяющимся условиям, и как способность поддерживать единство и преемственность культурных ценностей, ключевых для цивилизации)<sup>6</sup>, Иннис обратился к анализу недостатков использования того или иного типа медиа. (См. Табл. 1)

Так, среди недостатков временных медиа он выделил сложность технологии изготовления и транспортировки. Создание монументальных архитектурных сооружений, песен, эпоса требовало колоссальных усилий и омрачалось трудностью, а иногда невозможностью передать важную информацию на большие дистанции. Основным недостатком

---

4 Беззубова О.В. Коммуникативная концепция культуры Гарольда Инниса // Портал Санкт-Петербургского отделения Российского института культурологии// URL: [www.culturalnet.ru/main/getfile/1584](http://www.culturalnet.ru/main/getfile/1584)

5 Там же.

6 Там же.

пространственных медиа стала их недолговечность и, как результат, неспособность обеспечить историческую сохранность информации.

Однако главную причину нестабильности культуры Иннис увидел в том, что, монополизировав контроль над средствами коммуникации, властные структуры той или иной цивилизации, неизменно отдают предпочтение **одному** из типов медиа.

<b>Тип медиа</b>	<b>Достоинства</b>	<b>Недостатки</b>
Пространственные (папирус, бумага, Интернет)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Удобство хранения, мобильность</li> <li>▪ Простая техника создания</li> <li>▪ Небольшая стоимость изготовления</li> <li>▪ Территориальная экспансия</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Недолговечность</li> <li>▪ Краткосрочность влияния информации</li> <li>▪ Не предполагают историческую сохранность данных</li> </ul>
Временные (пергамент, архитектурные памятники, УНТ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Долговечность</li> <li>▪ Высокая степень важности информации</li> <li>▪ Предполагают историческую сохранность данных</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Трудность распространения на большие расстояния</li> <li>▪ Сложная техника создания</li> <li>▪ Высокая стоимость изготовления</li> <li>▪ Не предполагают расширение цивилизации в пространстве</li> </ul>

### **Таблица**

Использование понятия временных и пространственных медиа в качестве инструмента при изучении истории развития таких цивилизаций, как Египет, Рим, Греция и Вавилон, позволило Иннису вывести определенные закономерности взаимодействия средств массовой коммуникации и властной элиты государства. Рассмотрим один из примеров, к которому Иннис обращается в книге «The Bias of Communication»<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> *Innis H.A The Bias of Communication*, – University of Toronto, 1991. – P. 34

На заре становления цивилизации знание письменности позволяло египетским жрецам делать подсчеты и предсказывать точное время разлива Нила. Это давало возможность избегать различных трудностей, связанных с наводнениями. Изобретение в 4241 году до н.э. календаря с точными датами религиозных празднований еще сильнее упрочило властные позиции государственной церкви и привело к монополизации ею средств коммуникации. Египетские жрецы, будучи ориентированными на трансляцию информации следующим поколениям, использовали процесс создания мумий как своеобразный способ увековечить идею бессмертия и продемонстрировать контроль над временем.

Таким образом, Иннис заметил, что тот, в чьих руках сосредоточена государственная власть, контролирует медиа и определяет направление, в котором развивается империя.

По мнению редактора книги Инниса «*Empire & Communication*» Дэвида Годфри,<sup>8</sup> Иннис выделял две модели государства. Первая модель – милитаристская: политическая элита в данном случае нацелена на завоевание территорий. В такой модели, безусловно, преобладают пространственные средства коммуникации. Цель правителей: расширение империи в пространстве, следовательно, они заинтересованы в сокращении территориальных ограничений и трансляции общественно важной информации на длинные дистанции.

Вторая модель – теократическая, предполагающая заинтересованность политической элиты в расширении империи во времени. Для данной модели характерно преобладание в государстве временных средств коммуникации, так как именно они обеспечивают надежность трансляции религиозного знания через поколения. В качестве примера, Иннис приводил Египет – как временно ориентированное государство с огромным количеством временных

---

<sup>8</sup> *Soules M.* Harold Adams Innis: The bias of Communications & monopolies of power, Malaspina University-College, 2007. URL: <http://www.media-studies.ca/articles/innis.htm>

медиа, некоторые из которых (пирамиды, мумии) дошли и до наших времен. Пространственно-ориентированным, по мнению Инниса, был Рим с его повсеместной документацией всех событий и хорошо отлаженной системой управления обширными территориями.

Таким образом, разделение медиа на пространственные и временные позволило исследователю увидеть, что по типу используемого медиа можно судить о культуре, политике и социальном устройстве государства на определенном историческом этапе.

Также Иннис обратил внимание на то, что новые медиа появляются не случайно, а для удовлетворения интересов политической элиты. Так, некоторые цивилизации с начала своего существования и вплоть до падения тяготеют к одному типу средств коммуникации, а другие постоянно меняют тип преобладающего медиа. Иннис заметил определенную закономерность в том, что при смене власти в государстве меняется доминирующий тип медиа.

Ученый считал, что изменения в материалах и технологиях коммуникации способствуют, а иногда являются главной причиной крупных преобразований в культуре.

Например, после того, как в 2000 году до н.э. крестьяне, ремесленники и книжники Египта получили религиозные и политические права, произошел **переход от использования камня как главного средства коммуникации к использованию папируса**. Этот переход от временного медиа, демонстрирующего престиж власти, к пространственному медиа, упрощающему и делающему систему правления более эффективной, сделал хорошо образованных книжников частью привилегированного общества. Таким образом, переход от использования камня к использованию папируса стал переходом от абсолютной монархии к более демократичной организации общества.<sup>9</sup>

Или, например, переход от **глиняных табличек и клинописи к радикально упрощенной системе письма - Финикийскому алфавиту** на 9 *Innis H. A. Empire & Communications, – Toronto: Dundurn Press, 2007. – P.35*

пергаменте и папирусе подорвал священническую монополию на знания в Вавилонии<sup>10</sup> и существенно усовершенствовал систему сообщения между торговыми городами.

При переходе в Средние века от использования пергамента к использованию бумаги произошли изменения в социальной структуре средневекового общества. Так, латинские тексты, написанные на пергаменте, в средстве коммуникации христианской церкви, были смещены светским письмом на разных европейских языках, зафиксированном на бумаге<sup>11</sup>, что привело к объединению светской и религиозной власти.

Подробнейший анализ изменений, происходящих в государстве под воздействием инновационных технологий, позволил Иннису вывести формулу «идеального государства».

## 2. Равновесие time-biased и space-biased медиа

В ходе своего исследования Иннис заметил, что на протяжении развития разных цивилизаций шла постоянная борьба разных общественных структур за монополию на использование средств массовой коммуникации. Властная элита государства, захватившая контроль над медиа, прилагала все усилия, чтобы сохранять его до тех пор, пока это возможно (до появления нового средства коммуникации, меняющего акценты).

Иннис верил, что изобретение новых средств передачи информации зависит от тех, кто находится на периферии. С того момента, как люди «на задворках» изобретают свои собственные средства коммуникации, происходит укрепление их позиций в обществе. Новые медиа помогают

---

10Innis H. A. *Empire & Communications*...P. 36

11Архангельская И.Б. «Теория коммуникации в трудах Х.А. Инниса и Г.М. Маклюэна» // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия Социальные науки, 2007, № 3 (8) с. 149 // URL: [www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99990201\\_West\\_soc.../24.pdf](http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99990201_West_soc.../24.pdf)

развивать и укреплять силу, что, в конечном счете, позволяет людям с окраин конкурировать с властным центром.

Однако Иннис объективно оценивал желание политических элит сохранить власть и контроль над средствами коммуникации, поэтому особое внимание он уделял изучению процесса монополизации знания. Ограничение доступа к знанию провоцирует разделение общества на невежественные массы и властелинов значимой информации, что ведет к централизации власти. Политическая элита, в свою очередь, устанавливает контроль над средствами массовой коммуникации и использует их в соответствии с реализацией своих интересов, которые неизменно связаны с расширением империи либо во времени, либо в пространстве. Такое явное предпочтение одного направления и пренебрежение другим, по мнению Инниса, и стало причиной падения многих могущественных империй.

Исследователь высоко оценивал культуру Древней Греции в ее классическом периоде. По его мнению, на переходном этапе от устной коммуникации к письменной грекам удалось найти то равновесие между временными и пространственными медиа, которое обеспечило стабильность культуры и обусловило расцвет Греческой цивилизации. В частности, самым главным достижением греков, по его мнению, было сочетание устной традиции с успешной адаптацией финикийского алфавита. Появившаяся в Древней Греции письменность на начальных этапах своего существования не вытеснила устной традиции живого слова, однако способствовала созданию эффективной системы управления государством. Такой же баланс, по мнению Инниса, должен быть найден и для стабилизации Западной культуры.<sup>12</sup> Ученый был крайне обеспокоен отсутствием баланса между временными и пространственными медиа и утверждал, что правители должны задумываться не только о завоевании обширных территорий, но и о сохранности собственного культурного наследия во времени.

---

<sup>12</sup>Innis H. A. *The Bias of Communication*, – University of Toronto, 1991. – P. 64

Таким образом, Гарольд Иннис был первым исследователем, обратившим свое внимание на то, что основным двигателем истории являются изменения информационных технологий. Они ведут к трансформации способа коммуникации и серьезным изменениям в личности, культуре и обществе.

Долгие годы ученый находился в поиске метода, с помощью которого представилось бы возможным описать и проинтерпретировать исторические события, которые не поддавались осмыслению с экономической точки зрения - парадигмы мышления, присущей в 40е годы XX века подавляющему большинству научного сообщества. Отследив на обширном историческом материале основные закономерности изменений в способах коммуникации и общественном устройстве, Иннис создал метафоры «временных» и «пространственных» медиа, которые и стали главным методом объяснения исторического развития и легли в основу теоретической мысли Торонтской школы теории коммуникаций. Они позволили исследователю не только создать целостную картину мира и вывести формулу «идеального» государства, но и описать и проинтерпретировать события современной ему действительности, которые ранее объяснить было невозможно.

Иннис заложил прочный методологический фундамент, на базе которого так же создал свои революционные теории знаменитый канадский футуролог Маршалл Маклюэн.

## §2 Маршалл Маклюэн

*«Он не просто фигура поп-культуры.  
Он обладает метафизической ценностью.»*

*W. Ong<sup>13</sup>*

---

13«*Out Of Orbit*» directed by Carl Bessai. Produced by Raven West Films Ltd. in association with CBC Television (2002)

*«Его теории обладают некой все объясняющей силой, будто он понимал наш голод по тому, чтобы понять наше место в культуре и обществе.»*

*Philip Marchand<sup>14</sup>*

**Герберт Маршалл Маклюэн** является самым ярким выразителем идей Торонтской школы теории коммуникаций. Как было отмечено в предыдущем параграфе, в своих исследованиях он опирался на труды Гарольда Инниса, однако его видение средств массовой коммуникации было гораздо более широким, чем у его старшего коллеги.

Том Вольф, всемирно известный журналист XX века, предполагал, что Маклюэн, возможно, «самый значимый мыслитель со времен Ньютона, Дарвина, Фрейда, Эйнштейна и Павлова». <sup>15</sup> А социальный историк Ричард Костеланец считал самым удивительным качеством ума Маклюэна способность увидеть смысл там, «где остальные видели только голые факты или вовсе ничего». <sup>16</sup>

Ученый считал, что средством коммуникации является всё, что лежит между человеком и окружающим миром. Взяв за основу коммуникацию, он, подобно Фрейду или Марксу, от начала до конца выстроил историю человечества. В след за Иннисом исследователь утверждал, что необходимые и существенные социальные изменения происходят, как неизбежное следствие развития коммуникационных технологий.

---

14«*Out Of Orbit*» directed by Carl Bessai. Produced by Raven West Films Ltd. in association with CBC Television (2002)

15Цит. по. ст.: Маклюэн М. Интервью для журнала «Playboy», 1969 // Портал, посвященный Маршаллу Маклюэну // URL: <http://www.mcluhan.ru/articles/marshall-maklyuen-intervyu-dlya-playboy-ch-1/>

16 Там же.

Маклюэну принадлежит ряд интереснейших концепций, связанных с влиянием инновационных средств коммуникации на образ жизни и мышление людей. В своей книге «Понимание медиа» ученый подробно описывает, как именно новые медиа способствуют внешним и внутренним преобразованиям человека. Ученый считал, что каждое новое средство коммуникации «дает новое расширение человеческих возможностей, модифицирует среду обитания и, как следствие, меняет также впечатления человека о себе и мире вокруг, часто самым радикальным образом»<sup>17</sup>.

С помощью изобретенных им и ставших невероятно популярными научных метафор Маклюэн рассмотрел историю человечества в контексте развития средств коммуникаций, описывая как изменяется восприятие человеком окружающего мира и самого себя. Он выделил три стадии исторического развития: устную, письменную и аудиовизуальную.

В контексте данного исследования особое внимание следует уделить метафорам, с помощью которых ученому удалось описать историю развития человечества, потому как в XXI веке эти метафоры приобретают новую актуальность и становятся мощным теоретическим базисом, позволяющим объяснить и осмыслить современную действительность.

### **1. Переход от устности к письменности**

В своей книге «Понимание медиа»<sup>18</sup> Маклюэн вводит основополагающую метафору, на базе которой становится возможным описать картину мира, поставив в её центр коммуникацию. Понятие *«средство коммуникации и есть сообщение»* берет свои корни в теории медиа Гарольда Инниса. Вслед за ученым Маклюэн утверждает, что средство коммуникации само по себе, независимо от контента, которое оно передает,

---

<sup>17</sup> Засурский И.И. Продолжение человека // Новая газ. 2004, 17 сент. //URL: [http://www.ng.ru/internet/2004-09-17/11\\_mcluen.html](http://www.ng.ru/internet/2004-09-17/11_mcluen.html)

<sup>18</sup>

Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – 3-е изд. – М.: Кучково поле, 2011. – 464 с.

влияет на личность, культуру и общество. Нечаянная опечатка в слове сообщение (англ. message-massage), сделанная во время выхода книги «Medium is the Massage»<sup>19</sup>, неожиданно точно дополнила существующую метафору. Выражение «Средство коммуникации является массажем» подразумевает, что медиа оказывают на чувства и сознание человека эффект, подобный тому, который достигается во время массажа при рефлекторном воздействии на органы человека. Массаж чувств и сознания посредством медиа ведет к существенным преобразованиям в личности человека, его отношении к миру и самому себе. Вооружившись данной метафорой, объясняющей, почему инновационные средства коммуникации заслуживают особого внимания, ученый провел подробнейшее исследование истории человечества, в ходе которого Маклюэн так же создал ряд ставших популярными метафор, объясняющих изменения, которые происходили в жизни человека под воздействием инновационных медиа.

### **Устное слово. Мир «слуха».**

Исследуя эпоху устности, Карл Маркс называл её эпохой «примитивного коммунизма», то есть абсолютным равенством всех и каждого. Маршалл Маклюэн, так же проделавший исследование данного исторического периода, сформулировал метафору, объясняющую, за счет чего достигается это равенство. Речь идет о его известной концепции «**Око за ухо**»<sup>20</sup>, где «ухо» является ни чем иным, как метафорой способа потребления человеком информации в устных культурах.

Представители дописьменных культур жили своим «слухом». Именно посредством вербализации и слуха они могли совершать обмен информацией.

Маклюэн писал, что «устное слово драматически захватывает все

19

*McLuhan M., Fiore Q. The Medium is the Massage: An Inventory of Effects. – Gingko Press, 1967. – 159 p.*

20

*Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – 3-е изд. – М.: Кучково поле, 2011. – С. 92.*

человеческие чувства»<sup>21</sup>, то есть устное слово апеллирует не к разуму, а напрямую к человеческим чувствам, что позволяет индивиду существовать в гармоничном балансе всех чувств: слуха, обоняния, осязания, зрения и вкуса.

В отсутствие каких-либо приспособлений для фиксации знаний в дописьменную эпоху, люди хранили их в памяти. Информация, которой они обменивались, обладала высокой степенью актуальности и была связана с повседневным жизненным укладом человека. Основной формой знания в устных культурах была религия или мифология а способом передачи информации – межличностная коммуникация. Главной формой социальной организации было племя. Люди жили вместе, ощущали себя частью общины и обменивались информацией в устном диалоге. В итоге, все они обладали примерно одним и тем же набором необходимых знаний, а специализация труда при таком социальном устройстве была крайне низкой.

Магические обряды совершали жрецы, однако они не были поставлены на какой-либо пьедестал превосходства над другими людьми. В дописьменные времена жрецами были обычные люди, которые благодаря личным достоинствам снискали себе репутацию людей, способных воздействовать на мир духов и богов.

Такое равенство достигалось за счет того, что человек, живущий в эпоху устности, обладал целостным, коллективным и мистическим мышлением. Он чувствовал свою включенность в природный мир, чувствовал себя его неотделимой частью. Поэтому и знание, в мире, где в представлении первобытного человека всё взаимосвязано, не могло существовать отдельно от него самого. В племенной культуре, где отсутствовала письменность, каждый был живым носителем стандартного набора знаний, следовательно, все были равны.

---

21

*Маклюэн М. Понимание медиа...С. 87.*

22

С возникновением письменности ситуация кардинально меняется. Маклюэн объясняет это тем, что на смену человеческому «уху» – гармоничному способу получения и обработки информации, приходит «глаз».

### **Письмо: допечатный этап.**

Мир «уха» - это мир информации, апеллирующей напрямую к бессознательному, мир «глаза» - мир информации, которая пропускается через разум.

Согласно концепции Маклюэна, главной причиной перехода человечества от племенной социальной структуры к рабовладельческому строю является мощный сдвиг в сознании, произошедший с появлением фонетического алфавита.

Ученый начинает рассматривать письмо именно с момента возникновения алфавита, потому как ни пиктографическое письмо, ни идеографическое не создает в сознании устного человека разрыва между слуховым и визуальным миром. «Только фонетический алфавит производит такой резкий раскол в опыте, даруя своему пользователю око вместо уха и высвобождая его из племенного транса резонирующей словесной магии и паутины родственных отношений»<sup>22</sup>.

В дописьменные времена пронести знание через время представлялось возможным только при постоянной передаче информации из уст в уста, разными людьми, разными поколениями. Алфавит дал человеку возможность фиксировать любую информацию не в памяти, а отдельно от нее, на каком-то носителе. Произошло отделение знания от человека. Метафорически выражаясь, можно сказать, что алфавит «ампутировал» знание из сознания человека и заменил его «протезом» - физическим, осязаемым носителем этого знания. Тем самым алфавит спровоцировал куда более серьезную, внутреннюю трансформацию.

В дописьменную эпоху человек чувствовал себя частью окружающего мира, частью природы, частью племенной общины, живым носителем информации. Ощущая единство с окружающим миром, устный человек не разделял его на объекты и субъекты. Однако с возникновением алфавита и «ампутацией» знания, человек отделяется от окружающего мира и начинает рассматривать его как объект. Последовательное, линейное чтение букв в фонетическом алфавите – следствие возникновения письменности – привело к формированию у человека логического мышления. Наступила эпоха концептуализации. Человек начал обдумывать поступающую ему информацию и предпринимать попытки исторического осмысления событий.

Восприятие мира человеком, не освоившим письменность, и человеком грамотным кардинально отличаются. И Маклюэн объясняет это тем, что «Алфавит отдал первенство в слове визуальному компоненту, редуцировав все прочие чувственные факты устного слова к этой форме».<sup>23</sup> Для ранней письменности, допечатного периода, характерно появление мощных управленческих структур. Новый носитель информации есть не что иное, как институт, то есть совокупность норм в определенной области общественных отношений.<sup>24</sup> Так как грамотность на момент возникновения письменности была очень низкой, нужны были люди, которые бы адаптировали и трактовали знание. Поэтому в обществе происходит разделение на классы: монополисты знания становятся привилегированным классом и сосредотачивают в своих руках власть, занимают в этот период властные позиции. Вернемся к уже рассмотренному примеру: в эпоху устности жрец был обычным человеком, а в письменном периоде он становится представителем высшего класса. Наличие привилегированных сословий, безусловно, предполагает наличие низших, ими стали люди,

---

23

Маклюэн М. Понимание медиа ...С. 187.

24

Ожегов С. И. и Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: Азбуковник, 1999. – С. 248.

24

отдаленные от знания, что обусловило формирование рабовладельческого строя.

Таким образом, с возникновением письменности в мышлении человека, в его взгляде на окружающий мир и на себя, происходит мощнейший сдвиг, который Маклюэн объясняет тем, что «глаз» как способ восприятия и обработки информации заменил человеку «ухо». Однако возникновение алфавита было только фундаментом глобальных изменений, которые повлекло за собой развитие письменности. И здесь стоит обратить внимание на еще одну метафору, созданную Маклюэном для объяснения процессов, происходящих в сознании человека и обществе, запущенных благодаря появлению нового средства коммуникации.

## **2. Переход от письменности к печати.**

Маклюэн был глубоко обеспокоен тем, что адаптируя новое средство коммуникации, люди не задумываются о том, какие изменения оно вносит в их жизнь. Отсутствие желания и потребности замечать какие-либо преобразования Маклюэн назвал **«нарциссическим наркозом»**.<sup>25</sup> «В момент, когда новое, созданное средствами массовой коммуникации мироустройство становится всеобъемлющим и меняет наш сенсорный баланс, оно также становится для нас невидимым».<sup>26</sup>

Переход от ранней письменности к печати как нельзя лучше иллюстрирует эти «не заметные человеку», но фундаментальные изменения, которые вносят в его жизнь инновационные технологии передачи информации.

---

25

Маклюэн М. Понимание медиа ...С. 50.

26

Маклюэн М. Интервью для журнала «Playboy», 1969 // Портал, посвященный Маршаллу Маклюэну. // URL: <http://www.mcluhan.ru/articles/marshall-maklyuen-intervyu-dlya-playboy-ch-1/>

Разумеется, переход от господствовавшей устной традиции к «грамотному» мышлению не был мгновенным. В «Галактике Гуттенберга»<sup>27</sup> Маклюэн подробно рассматривает этот момент и обращает наше внимание на тот факт, что, уже освоив письменность, довольно продолжительное время люди придерживались традиции «акустического чтения». Это свидетельствует о том, что какая-то их часть все еще тяготела к устному, слуховому восприятию окружающего мира. Катализатором, ускорившим процесс перехода от слухового восприятия действительности к зрительному, стало изобретение печатного станка.

Новая технология позволила слуху и зрению существовать отдельно. Технология акустического чтения была вытеснена технологией «молчаливого» чтения, и устный диалог окончательно утратил то значение, которое имел в дописьменную эпоху. «Печать - инструмент отчуждения. Она дала человеку способность (= власть) действовать на расстоянии, не будучи обязанным реагировать, эмоционально участвовать и быть вовлеченным»<sup>28</sup>. Освоив технику «молчаливого» чтения, неподготовленный человек оказался один на один со знанием, у которого не было живого носителя.

Первым этапом развития книгопечатания стала книга. «Массовая» печать Библии привела к тому, что человек оказался лицом к лицу с Богом, с истиной без всяких посредников. Несмотря на то, что в средние века человек уже достаточно освоил технику чтения, некоторые черты дописьменного мышления все-таки оставались, в частности, человек по-прежнему воспринимал информацию интенсивно и сложно. Так, массовое чтение Библии и взаимодействие с информацией в форме доктрин неминуемо

---

27

Маклюэн М. Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего. — М.: Академический проект: Фонд «Мир», 2005. — С. 134.

28

Галкин Д.В. Техно-логика новых медиа: к проблеме генезиса цифровой культуры // Гуманитарная информатика. Открытый междисциплинарный электронный журнал. – 2005. – Выпуск 3. URL: <http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/3/gal.htm>

привело к возникновению огромного количества независимых церквей и церковных союзов, которые упрекали Католическую церковь в том, что она отошла от первоначальных христианских принципов. Фактически, распространение печатной Библии привело к тому, что Бог перестал быть тайной для человека, между ними воцарились новые отношения, что стало началом реформационного движения.

Другим «невидимым» человеку последствием появления печатной книги стало объединение разрозненных поселений, говорящих на диалектах, в единые страны и нации. «Именно типографическое расширение человека принесло национализм, индустриализм, рынок массовой продукции и всеобщую грамотность».<sup>29</sup>

Появление книги сопровождалось появлением литературы на английском, французском, немецком и других языках. А распространение произведений на обширные территории повлекло сближение разных диалектов вокруг того или иного языка, что в итоге стало фундаментом для образования государств, говорящих на одном национальном языке.

В книге «Воображаемые сообщества»<sup>30</sup> Бенедикт Андерсон – еще один ученый, причисляемый исследователями к Торонтской школе теории коммуникаций – описывает концепцию нации, согласно которой нация - это воображаемое сообщество, отличающееся от реального тем, что не может основываться на регулярном общении его членов «лицом к лицу», а существует, в первую очередь, в воображении индивидов, признающих свою принадлежность к нему. Индивидам, мнящим себя членами воображаемого сообщества, очевиден тот факт, что они и остальные члены данного сообщества, включаются в него посредством своих временных координат. Грубо говоря, каждый участник сообщества регулярно выполняет

29

Там же.

30

Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма // Библиотека Гумер. 2001.

URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/anders/](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/anders/)

определенные действия (обычаи), не сомневаясь в том, что они одновременно дублируются множеством других людей, в чьем существовании он уверен. Что касается восприятия пространства, то отличительным признаком участника сообщества является способность мыслить себя в составе группы, живущей параллельной жизнью с другими группами людей, которые никогда ей не встречались.

Такое иррациональное чувство сопричастности к какому-то единству, нации, Андерсон связывал именно с распространением печатного текста – унифицирующего средства воображения, инструментом которого была книга.

В период позднего книгопечатания, в XVII веке, в Германии появилась первая печатная газета. Что стало очередной причиной мощных преобразований в мышлении человека.

Поскольку исторически сложилось так, что управляющий класс, обладающий монополией на знания, трактует и редактирует историю в соответствии со своими интересами, такое средство коммуникации, как книга, не могло служить объективным источником знаний о мире. Печатная газета стала тем инструментом, который помог человеку сформировать собственный взгляд на историческую действительность. Печатная газета, предназначенная отнюдь не только для руководящего класса, позволяла писать и редактировать историю в режиме реального времени.<sup>31</sup>

Привычное восприятие действительности через идеологию и догму сменилось рефлексивным восприятием. У человека появилась потребность применять логическое мышление, дарованное письменностью, к изучению окружающего мира.

Таким образом, мы можем видеть, что под воздействием инновационных средств коммуникации в сознании человека и, как следствие, в обществе и мироустройстве происходят существенные изменения. Однако в силу

---

31

*Засурский И.И.* Лекция №1: Маршалл Маклюэн, Understanding media // Портал, посвященный Маршаллу Маклюэну //URL: [http://www.mcluhan.ru/articles/ivan-zasurskij-  
lekciya-1-marshall-maklyuen-understanding-media/](http://www.mcluhan.ru/articles/ivan-zasurskij-lekciya-1-marshall-maklyuen-understanding-media/)

«нарциссического наркоза», которому подвергаются люди, находящиеся на стадии адаптации того или иного медиа, заметить их невозможно. Важно отметить, что данная метафора применима не только для объяснения событий эпохи книгопечатания, но и для объяснения событий более поздних исторических периодов, включая современный.

### **3. Эпоха электричества.**

«В эпоху электричества, когда наша центральная нервная система, технологически расширившись, вовлекает нас в жизнь всего человечества и вживляет в нас весь человеческий род, мы вынуждены глубоко участвовать в последствиях каждого своего действия. Нет больше возможности принимать отчужденную и диссоциированную роль письменного человека Запада»<sup>32</sup>, - так Маклюэн в предисловии к книге «Понимание медиа: Внешние расширения человека» описывает то, что случилось с миром с появлением электричества. Оно разрушило Галактику Гуттенберга: с изобретением телеграфа печатное слово потеряло свое значение. Однако очередной стадией развития коммуникационных технологий, спровоцировавшей кардинальный сдвиг в сознании человека, Маклюэн считал именно возникновение телевидения. Он был первым теоретиком, который оценил роль телевидения в формировании общественного сознания.<sup>33</sup>

Ученый утверждал, что телевидение снова вернуло человеку восприятие мира, основанное на чувствах. Именно телевидение, почти в обход логического мышления, смогло выстроить настолько мощную систему связи между транслируемыми образами и образами в сознании аудитории, что человечество фактически вернулось в дописьменный период рефлексивного мышления. Информация, транслируемая с телеэкрана, практически не подвергается какому-либо обдумыванию, у человека

---

32

Маклюэн М. Понимание медиа ...С. 6.

33

«*Out Of Orbit*» directed by Carl Bessai. Produced by Raven West Films Ltd. in association with CBC Television (2002)

попросту не хватает на это времени. Электрический сигнал в форме изображения достигает почти бесконтрольного эмоционального отклика со стороны аудитории с такой скоростью, о которой нельзя было и подумать в эпоху письменности или печати.

Самым ярким примером такого сильного эмоционального вовлечения можно считать рекламу. Для эпохи телевидения характерно развитие рынка рекламы. Правильное создание рекламных видеороликов предполагает выработку у человека устойчивой эмоциональной реакции на тот или иной объект.

Чтобы продемонстрировать, насколько сильный уровень вовлеченности аудитории вызывает телевидение, Маклюэн приводит пример реальной истории. После первых теле-занятий по хирургии студенты-медики признались, что во время просмотра им странным образом казалось, что они не просто наблюдают за операцией, а участвуют в ней. Глубина, на которую телевизионные образы могут проникать в незащищенное сознание письменного человека, достигает такого уровня, что некоторым студентам даже казалось, что они чувствуют, как держат скальпель. Логичен вопрос, которым задается ученый: если сигналы, транслируемые с телеэкрана, так глубоко проникают в сознание аудитории, возможно ли как-то защититься от этого всепоглощающего воздействия? Согласно Маклюэну, это невозможно. Исследователь утверждает, что «даже самое ясное понимание специфической силы средств коммуникации не может воспрепятствовать обычному «замыканию» чувств, заставляющему нас приспособливаться к образцу представленного нам опыта».<sup>34</sup> «Телевидение «...» [ -это] прежде всего расширение осязания, заключающего в себе максимальное взаимодействие всех чувств»<sup>35</sup>. Со сдвигом, происходящим в мышлении человека с появлением телевидения, может

---

34

Маклюэн М. Понимание медиа ...С. 378.

35

Маклюэн М. Понимание медиа ...С. 383.

сравниться только сдвигом, произошедшим с возникновением фонетического алфавита. Алфabetизированная письменность разделила чувства (слух и зрение) и устранило семантические сложности. Телевидение «обращает вспять этот письменный процесс аналитической фрагментации чувственной жизни»<sup>36</sup>.

Для более наглядного описания и интерпретации явлений, присущих эпохе электричества, Маклюэн сформулировал метафору **«расширения центральной нервной системы»**.<sup>37</sup> Согласно его наблюдениям, электронные средства коммуникации являются продолжением центральной нервной системы человека. Внедряясь в повседневную жизнь человека, телеграф, телефон, телевидение и компьютеры являются одновременным расширением всех чувств человека, и, как следствие, всей его центральной нервной системы. Мозаичный образ телевидения вовлекает аудиторию в тотальную **«сейчасность»**<sup>38</sup>. Телевидение кардинально меняет то, как человек видит, слышит, касается и даже ощущает. Оно сталкивает на экране все времена и пространства одновременно. Однако каждый зритель воспринимает этот «микс» по-разному, соответственно своему внутреннему состоянию в конкретный момент. Человечество преодолевает линейное, базирующееся на письменности мышление и восходит к нелинейной электронной мысли. Электронные средства коммуникации возвращают человека на племенной уровень.

Телевидение мгновенно связывает людей во всем мире, стирая географические границы и превращая мир в одну глобальную общину. И для этого последствия Маклюэн сформулировал наиточнейшую метафору **«глобальной деревни»**, использование которой наглядно объясняет, что происходит с миром. «Уплотненный силой электричества, земной шар теперь

---

36

Там же.

37

Там же.

38

Там же.

- не более чем деревня»<sup>39</sup>,- пишет Маклюэн в «Понимание медиа». То есть, взаимодействие людей друг с другом в «новом электронном мире» происходит по тому же принципу, что и в племенной деревне, пространственные расстояния в которой предельно малы и обмен информацией носит мгновенный характер, а все события происходят одновременно.

Таким образом, проанализировав данную концепцию развития истории человечества, мы можем увидеть, что Маклюэну удалось адаптировать принцип осмысления и интерпретации исторических процессов и закономерностей, заложенный Гарольдом Иннисом. Подробно изучив историю человеческой цивилизации, ученый смог доказать, что инновационные средства коммуникации действительно трансформируют собственный опыт индивидов и всего общества, что, в конечном итоге, становится важнее смыслового содержания сообщений, которые они передают. Влияние каждого средства коммуникации на сознание человека - вот сообщение, которое средства массовой коммуникации неизменно передают на протяжении существования человечества.

Дополнив базовые принципы функционирования человеческой коммуникации, остающиеся неизменными в разное историческое время, выявленные Иннисом, Маклюэн также сформулировал ряд метафор, которые позволили описать и проинтерпретировать современную ему действительность. С помощью ставших впоследствии культовыми метафор: «средство коммуникации – массаж чувств», «око за ухо», синдром «нарциссического наркоза», «расширение центральной нервной системы» и «глобальная деревня» - Маклюэну удалось объяснить множество явлений, присущих современной ему и исторической реальности: переход от общинного строя к рабовладельческому, возникновение частной собственности, причины промышленной революции, формирование

---

39

Маклюэн М. Понимание медиа ...С. 7.

индустриального общества и, конечно, предпосылки формирования информационного общества.

Взяв за основу теоретические разработки Гарольда Инниса, Маклюэн так же сделал прорыв в осмыслении современной ему действительности, предложив новый способ, позволяющий «оценить феномен, который раньше было невозможно оценить»,<sup>40</sup> и взятый на вооружение его последователями. Одним из ярчайших представителей которых является Уолтер Онг.

### §3 Уолтер Онг: Secondary Orality

Уолтер Онг существенно дополнил теорию коммуникации Маршалла Маклюэна. Взяв за основу его идею о том, что электронные средства коммуникации возвращают человека в эпоху племенного общества, ученый сформулировал собственную метафору, с помощью которой объяснил современную ему действительность. Концепция **«Второй устности»** была представлена Онгом в его книге «Orality & Literacy: The Technologizing of the World» в 1982 году.

Детальный анализ, проведенный исследователем, показал, что мышление устного человека кардинально отличается от мышления человека, адаптировавшего письменность. Согласно концепции Онга, с появлением новых электронных средств коммуникации человечество вошло в новую эпоху – эпоху «Второй устности».

Однако, чтобы эффективно использовать в данном исследовании созданную Онгом метафору, необходимо четко понять, что представляет собой эпоха устности и в чем заключается её сходство с эпохой электронных коммуникаций.

---

40

Маклюэн М. Интервью для журнала «Playboy», 1969 // Портал, посвященный Маршаллу Маклюэну. // URL: <http://www.mcluhan.ru/articles/marshall-maklyuen-intervyu-dlya-playboy-ch-1/>

Для этого кратко рассмотрим основные черты, характерные для мышления человека в устных культурах.

Важно отметить, что, описывая традиционные устные культуры, Онг уделяет огромное внимание работам других исследователей: Милмана и Адама Перри, Роберта Вуда, Эрика Хэвлока и др. Каждый тезис своей теории ученый подтверждает уже проведенным исследованием авторитетных ученых, что позволяет автору данной дипломной работы обращаться напрямую к положениям Онга, как к уже доказанным, без отсылки к первоисточникам.

### 1. Мышление человека в эпоху устности.

Согласно концепции «Второй устности», существует девять определений, которыми можно в полной мере охарактеризовать мышление «устного» человека. К ним относятся: аддитивность, агрегативность, избыточность, консервативность, близость к повседневной жизни, полемичность, эмпатия, гомеостатичность и конкретность. Рассмотрим каждое из них подробнее.

#### Аддитивность

(От англ. add – добавлять; аддитивный –получаемый путем сложения<sup>41</sup>)

Поскольку представители устных культур не имели понятия о последовательности языка, акт говорения был практически эквивалентен акту мышления. Вербализируя мысли, люди просто прибавляли одно утверждение к другому, вставляя между ними связующий союз. Для простоты понимания приведем пример<sup>42</sup>, к которому обращается и сам Онг в своем труде. «*In the beginning God created heaven and earth. **And** the earth was void and empty, **and***

---

41

Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Русский язык, 2000.

42

Онг W. J. *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*, – New York: Routledge, 2002. – P. 37

*the darkness was upon the face of the deep; and the spirit of God moved over the waters. And the God said: Be light made. And light was made. And the God saw the light that it was good; and he divided the light from the darkness. And he called the light Day, and the darkness Night; and there was evening and morning one day».* Данная цитата взята из Дуэ-Реймс Библии 1610 года, которая представляет собой практически дословный перевод устной версии с Иврита на английский язык. В приведенной цитате легко прослеживается независимость устного высказывания от каких-либо грамматических характеристик: ни подчинительных отношений, ни аналитических связных слов между предложениями нет. Для сравнения в цитате из Новой Американской Библии 1970 года: «***In the beginning, when God created the heavens and the earth, the earth was formless wasteland, and the darkness covered the abyss, while a mighty wind swept over the waters. Then God said, 'Let there be light', and there was light. God saw how good the light was. God then separated the light from the darkness. God called the light 'day' and the darkness 'night'. Thus evening came, and morning followed – the first day».*** Здесь четко прослеживается наличие аналитических и подчинительных связей, которые достигаются за счет использования слов «when» (когда), «while» (в то время как), «then» (после).

Таким образом, мы можем сделать вывод, что в устной традиции для придания высказыванию значения было совершенно не обязательно наличие каких-либо подчинительных и аналитических связей, а ясность смысла достигалась за счет контекста.

### Агрегативность

(от англ. aggregate – объединять; агрегативный – соединяющий, связующий<sup>43</sup>)

На протяжении огромного периода времени основным средством коммуникации была устная речь. Не существовало никакого носителя, кроме

---

43

Портал [mirslovarei.com](http://mirslovarei.com), Политический словарь. // URL: [http://mirslovarei.com/content\\_pol/agregativnyj-3761.html](http://mirslovarei.com/content_pol/agregativnyj-3761.html)

памяти, на котором люди могли бы фиксировать различные модели речевого поведения. Поэтому человечество приложило колоссальные усилия, чтобы сформулировать типовые схемы словосочетаний и синтаксических конструкций, к которым было бы можно обращаться в конкретных ситуациях и которые были бы понятны следующему поколению. Ярким примером такого рода клише являются эпитеты: «храбрый солдат», «красивая принцесса», «крепкий дуб». Это же относится ко всем речевым формулам, изобретенным представителями устных культур. Люди постоянно повторяли одни и те же идеи и употребляли одни и те же выражения, чтобы лучше запомнить их, а также, чтобы при разговоре мыслить в одном направлении со собеседником. «Однажды представленное в виде формулы, выражение кристаллизировалось и оставалось нетронутым на протяжении длительного периода времени».<sup>44</sup>

### Избыточность

Избыточность является прямым следствием клишированности мышления.

Вынужденные запоминать огромное количество речевых формул, представители устных культур не отказывали себе в распространенности выражений.

В устной традиции поощрялась беглость речи, поэтому паузам в момент говорения ораторы предпочитали повторение уже сказанного. Речь, в которой постоянно повторялись мысли, помогала собеседникам сосредоточиться на одном и том же, а также вспомнить ключевые моменты диалога позднее.<sup>45</sup>

### Консервативность

Так как «устные» люди прикладывали огромные усилия к постоянному повторению того, что с большим трудом было изобретено на протяжении

---

44

Ong W. J. *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*, – New York: Routledge, 2002. – P. 39. Перевод мой.

45

Ong W. J. *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*... P. 40.

веков, у них не возникало желания проводить интеллектуальные эксперименты. Поколениями знаний этот консерватизм удерживал представителей устных культур от перехода к более индивидуалистическому способу мышления.

### Близость к повседневной жизни

В силу того что устные культуры не обладали аналитическими категориями мышления, появившимися у человека с изобретением письменности и посредством которых стало возможным структурирование знаний, не связанных с опытом, устные люди формировали свои знания в отношении знакомой области – человеческого взаимодействия.

### Полемичность

В сознании устного человека понятия добра и зла, хорошего и плохого, правильного и неправильного были очень размыты. Поэтому представители устных культур были склонны преувеличивать как достоинства, так и недостатки определенного человека или ситуации. Результатами этой полемичности мышления стали величайшие образы устной литературы, запечатленные в произведениях Гомера, сказке о Мвиндо-героическом, поэме Боевульф и даже в Ветхом завете.

Оставляя полученные сведения включенными в «человеческий жизненный мир», представители устных культур вовлекали знание в «контекст борьбы». Определенный речевые конструкции служили им не только для того, чтобы сохранять знание, но также чтобы вовлекать других в словесную и интеллектуальную битву. Словесное соревнование было направлено на то, чтобы обойти собеседника в изложении более интересной или более длинной истории и таким образом проявить себя.

### Эмпатия

«Для устных культур познание или понимание предполагает достижение близости, эмпатии, коллективного отождествления с известным».<sup>46</sup>

Письменность отделяет обладателя знания от своего знания, дистанцирует

личность, привнося категорию объективности.

В устной традиции также существует понятие «объективности», однако оно отличается от письменного представления. Для представителей устных культур «объективность» понимается как общая реакция индивидов на шаблонные выражения, или реакция «коллективной души».

### Гомеостатичность

В отсутствие логического мышления, которое появляется у человека вместе с навыком чтения, представители устных культур не имели представления о линейности времени. Поэтому они жили исключительно настоящим днем. Их мышление позволяло поддерживать равновесие посредством «сбрасывания» воспоминаний, которые больше не являлись актуальными. Так, например, специалист по генеалогии мог рассказывать историю о короле и его семи сыновьях. Однако, если к двум из сыновей король не выказывал благосклонности, специалист запросто мог изменить историю таким образом, что у короля было только пять сыновей. А два других сына не имели значения, а значит, не стоили упоминания.

### Конкретность

Представители устных культур не развивали абстрактные понятия предметов, такие как «круг» или «квадрат». Для лучшего запоминания значений, они описывали предметы посредством ассоциации с уже известными, например, «тарелка» или «дверь». «Устные» люди использовали практический подход и старались объяснять предметы таким образом, чтобы свести к минимуму абстракции, трудные для запоминания.

Таким образом, кратко рассмотрев основные характеристики мышления «устного» человека, мы можем составить общее представление о жизни человечества в эпоху устности. Главным средством передачи информации до возникновения письменности была устная коммуникация, а единственным способом хранения знаний – память. Поэтому люди были вынуждены изобретать некие шаблоны, которые бы помогали слушателю мгновенно

представить то, о чем повествует оратор. В устных культурах нешаблонное мышление, без мнемонических терминов и форм, даже если было возможным, представляло собой пустую трату времени.<sup>47</sup> «Без письменности, слова как таковые не имели визуального выражения, даже когда объекты, которые они обозначали, являлись реальными и осязаемыми. Слова были просто звуком».<sup>48</sup> Главное свойство звука – мимолетность, «звук существует только в момент прекращения своего существования».<sup>49</sup> Именно мимолетность существования выраженной в пространстве информации определяла природу мышления представителей устных культур и делала интеракцию важнейшим средством коммуникации. Сохранение информации во времени было возможным только при непрерывном диалоге и передаче знаний от одного человека другому. Каждый представитель устной культуры становился живым носителем общего знания, что обуславливало появление феномена «коллективного сознания», то есть такого типа сознания, которое создает моральную и общественную среду, заставляющую людей принимать способы действия и мышления, распространенные в определенном обществе.<sup>50</sup>

Однако для детального понимания концепции «Второй устности» так же важно иметь представления о том, каким стало мышление человека после интериоризации письменности. Онг утверждал, что эра электроники включает акустические функции устных культур, основывающиеся которые тем не менее на письменной коммуникации. Многие, как нам сейчас кажется, имманентные свойства мышления и выражения мыслей на самом деле не являются естественными для человека, а пришли в сознание с

---

47

*Ong W. J. Orality and Literacy: The Technologizing of the Word...* P. 35.

48

*Ong W. J. Orality and Literacy: The Technologizing of the Word...* P. 31. Перевод мой.

49

Там же.

50

Портал [mirсловarei.com](http://mirсловarei.com), Социологический словарь //

URL:[http://mirсловarei.com/content\\_soc/kollektivnoe-soznanie-769.html](http://mirсловarei.com/content_soc/kollektivnoe-soznanie-769.html)

возникновением письменности. Телевидение и радио снова наполнили мир звучанием слов, но теперь эти слова являются продуктом письменной и печатной культур.

Рассмотрим, какие изменения, произошедшие в сознании человека с адаптацией письменности, стали основой эпохи «Второй устности».

Первой ступенью изменений стала возможность фиксировать знание не в памяти, а на «внешнем» носителе. Это привело к тому, что устная коммуникация перестала быть господствующим способом передачи и хранения значимой информации, что существенно снизило уровень интеракции в обществе и поспособствовало формированию индивидуалистического сознания. Необходимость эмпатически отождествлять себя с содержанием знания с целью последующего «вспоминания» исчезла. Таким образом, письменность создала условия для формирования объективности (в классическом понимании данного термина). Второй важной ступенью изменений стало появление у человека логического мышления. При чтении текста необходимо соблюдать жесткую последовательность: буква за буквой, слово за словом, абзац за абзацем, страница за страницей. Только так знание, облеченное в письменную форму, обретает какое-либо значение. Полностью интериоризовавший письменность человек научился мыслить линейно, что изменило его представление о времени и пространстве. Стало возможным появление науки, так как наука требует компактной, последовательной, линейной, логической организации и для её появления необходимо письмо.

Бесспорно, печать дала человечеству возможности, недоступные представителям устных культур: развивать абстрактное и объективное мышление, осуществлять научный анализ, теоретизировать и экспериментировать. Однако обратной стороной стало то, что письменность заменила межличностное общение людей «отстраненным» взаимодействием посредством текста.

## 2. Secondary orality.

Подробное описание особенностей мышления человека в эпоху устности и основных изменений, которым подверглось сознание с возникновением письменности, дало нам возможность более четко понять метафору «Второй устности», с помощью которой Уолтер Онг описал современную ему действительность. Метафорически называя «Второй устностью» эпоху электронных коммуникаций, Онг подразумевает, что новые средства хранения и передачи информации способствовали выходу человечества на новый виток исторической спирали, для которого характерны явления, присущие эпохе устности, но на качественно новом уровне. Появление таких средств коммуникации, как телефон, радио и телевидение внесло кардинальные изменения в человеческое мировосприятие. По-прежнему опираясь на «грамотное» логическое мышление, человек начал воспринимать окружающий мир подобно тому, как он делал это в эпоху устности.

Другими словами, своим фундаментальным исследованием Уолтер Онг верифицировал гипотезу Маршалла Маклюэна о том, что появление электронных средств коммуникации обернуло вспять процесс восприятия информации, запущенный возникновением книгопечатания. А сформулированная им метафора «Второй устности» стала эффективным инструментом, который также можно использовать для осмысления и интерпретации современных явлений, обусловленных появлением и повсеместным распространением сети Интернет.

Итак, обобщим всё вышесказанное. Обратив своё внимание на коммуникацию и поставив её в центр своих исследований, Гарольд Иннис заложил мощный фундамент теоретической мысли, благодаря которой ему и его последователям удалось сформулировать ряд метафор, посредством которых стало возможным объяснение различных исторических явлений и закономерностей, которые до этого не поддавались осмыслению. Главной метафорой Инниса, обретающей новую актуальность в современном периоде

развития истории стало «равновесие временных и пространственных медиа», которое, согласно концепции ученого, лежит в основе стабильности культуры любой цивилизации. Взяв за основу идеи Инниса, Маршалл Маклюэн так же сформулировал ряд метафор, которые позволили не только описать и проинтерпретировать современную ему действительность, но и сделать предположения в отношении будущего. К ним относятся понятия «глобальной деревни», «нарциссического наркоза», «расширения центральной нервной системы человека и общества», «medium is the message» и «око за ухо». Дополняя коммуникационную теорию Маклюэна, Уолтер Онг сформулировал метафору «Второй устности». Использование названных метафор в качестве методологического инструмента позволило ученым Торонтского университета создать полноценную картину мира, центром которой стала коммуникация. Стремительное развитие информационных технологий сегодня оказывает всё большее влияние на личность, культуру и общество, а актуальность инструментов осмысления действительности, предложенных представителями Торонтской школы теории коммуникации, становится всё более очевидной.

#### **§4 Инструментарий Торонтской школы теории коммуникации в исследованиях Мануэля Кастельса**

Как видно из предыдущих параграфов данной главы, основным методологическим инструментарием Торонтской школы является научная метафора. Поэтому прежде чем перейти к практической части данного исследования стоит сказать несколько слов о самом методе научной метафоры.

Долгое время метафора рассматривалась научным сообществом как «фигура “приукрашивания”, пригодная исключительно для эстетического

освоения действительности, а потому допустимая в творческих текстах, но вводящая в заблуждение в любом “серьезном” сочинении»<sup>51</sup>.

Однако технический прогресс XX века существенно «ускорил» все экономические, коммуникационные и социальные процессы, что обусловило необходимость возникновения новых способов изучения техногенного, быстро меняющегося мира.

О познавательном потенциале метафоры задумывались такие ученые, как Д. Вико, Х. Ортега-и-Гассет, М. Эриксон, Э. Маккормак, Дж. Лакофф, Дж. Сёрль, и многие другие исследователи, работы которых представлены в сборнике статей «Теория метафоры»<sup>52</sup>. Американский психолог Джулиан Джейнс писал: «Понять что-либо - значит подобрать правильную метафору, с помощью которой неизвестное или малопонятное становится ясным через знакомые образы.»<sup>53</sup>

Процесс получения научного знания с помощью метафоры происходит следующим образом. Сначала метафора используется в качестве способа объяснения определенных явлений, затем, если её точность удалось верифицировать, она превращается в понятие в рамках определенной теории. На этапе какого-либо научного открытия главное – лексически зафиксировать знание и постараться объяснить его другим представителям научного сообщества. А в силу того, что человек склонен лучше понимать неизведанное через уже известное или очевидное, проще всего объяснить новое знание посредством образа. Апеллируя к ассоциативным возможностям человеческого мышления, с этим успешно справляется метафора. Г. Иннис, М. Маклюэн и У. Онг вовремя распознали

---

51

*Лагута О.Н.* Метафорология: теоретические аспекты. Часть 1. Новосибирск, 2003. с. 48.

52

Теория метафоры: Сборник: Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / Вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; Общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. — М.: Прогресс, 1990. — 512 с.

53

Jaynes J. The origin of consciousness in the breakdown of the bicameral mind. – Boston & New York: Houghton Mifflin, 1976. – P.52, перевод мой

познавательный потенциал метафоры и, как видно из первой главы, задействовали его самым успешным образом.

В качестве примера успешного применения научной метафоры для описания современной действительности можно привести научные труды ведущего теоретика информационной эры Мануэля Кастельса, который обращался к метафоре, обосновывая свою теорию информационного общества.

Подобно тому, как Маклюэн в «Галактике Гутенберга» отслеживает причины неразберихи и состояния неустойчивости общества<sup>54</sup>, связанные с освоением новых электрических средств коммуникации, Кастельс в своих трудах<sup>55</sup> рассматривает, как инновационные средства коммуникации меняют мир сегодня, создавая новую «галактику коммуникаций»<sup>56</sup>. Исследователь прослеживает общественную эволюцию от «Галактики Маклюэна», которая, несмотря на разнообразие информации, «была миром однонаправленной коммуникации, а не взаимодействия»<sup>57</sup>, к «Галактике Интернет», где интеракция является основой.

Воспользовавшись инструментарием Торонтской школы, в частности, положив в основу своего исследования метафору Герберта Маршалла Маклюэна «Средство коммуникации и есть сообщение», Кастельс создал одну из самых популярных теорий нового общества. Ученый доказал, что информация, будучи, в первую очередь, *ресурсом*, подвергается воздействию

---

54

Маклюэн М. Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего. — М.: Академический проект: Фонд «Мир», 2005. — С.7

55

Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А. Матвеева под ред. Харитоновой. — Екатеринбург: У-Фактория, 2004. — 328 с.

Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Библиотека Гумер, 2000. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/kastel/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php)

56

Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Библиотека Гумер, 2000. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/kastel/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php)

57

Там же.

технологий, а не наоборот. В новом обществе информационные технологии, интегрированные во все сферы человеческой жизни, занимают главное место в формировании новой общественной модальности. Подробно изучив закономерности процессов, протекающих сегодня в обществе, Кастельс пришел к выводу, что современная система устройства общества напоминает не что иное, как сеть. Используя метафору «сети» Кастельс назвал современное общество «сетевым». Типичной для понятия «сети» является ячеистая структура. То есть клонирование одного и того же элемента, благодаря которому создается единство, способное функционировать по принципу матрицы и, как результат, охватывать огромные территории, связывая в целостном восприятии пространство и время. Основой же такого единства является непрерывная коммуникация. Сохранение иерархии внутри сети Кастельс метафорически объяснил наличием «сетевых узлов», в которых сосредоточена власть над основными потоками информации и которыми, как правило, являются мегаполисы.

Используя инструментарий Торонтской школы Кастельс не только описал ключевые закономерности функционирования современного мира, но и, сформулировав собственную научную метафору, создал ясную картину современного миропорядка.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что инструментарий Торонтской школы является эффективным инструментом описания и осмысления современных процессов в сфере массовой коммуникации. Поэтому в следующей главе данного исследования мы возьмем основные метафоры Г. Инниса, М. Маклюэна и У. Онга с целью описать и проинтерпретировать ключевые тенденции развития современных медиа.

## **ГЛАВА II**

### **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИА**

Технологический прорыв XXI века, связанный с освоением новых компьютерных технологий и сети Интернет, повлек серьезные изменения в сфере коммуникации. Сегодня новые информационные технологии, пронизывая все сферы человеческой жизнедеятельности, имеют колоссальное влияние на образ жизни и мышление современного человека.

Бесконечное ускорение процессов коммуникации посредством инновационных технологий приводит к тому, что современный мир находится в состоянии постоянного «стремления», трансформации. Поэтому крайне важно понимать происходящие в нем и меняющие окружающую нас действительность процессы. Целью данного исследования является анализ изменений в мышлении человека, обществе и культуре, происходящих под влиянием инновационных средств коммуникации.

На сегодняшний день можно выделить три ключевых направления развития медиатехнологий, в рамках которых протекают процессы, являющиеся причиной серьезных преобразований современной действительности. К ним относятся: повсеместное использование сети Интернет в качестве основного средства коммуникации, конвергенция, распространение мобильной связи и рост её ключевых функций.

В знаменитом интервью журналу «Playboy»<sup>58</sup> Маклюэн сказал, что изменения в обществе и культуре под воздействием новых коммуникационных технологий начинаются с психогенных изменений в сознании отдельного индивида, далее качественные изменения претерпевает общество: появляется новый набор установок, предписывающих человеку определенный образ действий, и, как результат, формируется новая культура поведения. (Рис. 1)

### **Рисунок**

Поэтому, чтобы получить более ясную картину современной действительности, в данной главе мы, используя в качестве аналитического инструмента основные понятия теорий Г. Инниса (time-biased и space-biased media), М. Маклюэна (medium is the message, «Око за Ухо», «нарциссический наркоз», «расширение центральной нервной системы» и «глобальная деревня») и У. Онга (Secondary Orality), последовательно исследуем каждую тенденцию в рамках названных основных направлений по трем ступеням, которые она проходит.

## § 1. Web 2.0. Новый уровень: «культура участия»

Самой яркой тенденцией развития современного медиапространства является повсеместное распространение и использование сети Интернет в качестве основного средства коммуникации.

Только с декабря 2012 года по март 2013 года количество пользователей Интернета увеличилось на 252 млн. чел., и на данный момент составляет 2,749 млн. чел., то есть практически 39% всего населения планеты.<sup>59</sup> В России, по данным исследования ФОМ<sup>60</sup> 2012-го года Интернетом пользуются хотя бы раз в сутки 46,8 млн. чел., в неделю - 57,6 млн. чел., в месяц - 61,1 млн. чел., и с каждым днем эти показатели только увеличиваются.

Единственным традиционным медиа, способным составить конкуренцию Интернету, сегодня является телевидение. Чтобы понять, как изменились поведенческие паттерны современного индивида с развитием Интернета, рассмотрим две модели взаимодействия человека с информацией: старую и новую.

Маклюэн писал,<sup>61</sup> что телевидение является таким средством коммуникации, при использовании которого аудитория находится на самом высоком уровне вовлеченности. Однако ученый также отмечал, что, несмотря на это, поведение реципиента при получении информации посредством ТВ всегда пассивно. Мы как бы наблюдаем за тем, что происходит, можем обсуждать, давать положительные или отрицательные оценки, но

---

59

По данным Internet World Stats // URL: <http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm>

60

По данным ФОМ//URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/10872>

61

Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – 3-е изд. – М.: Кучково поле, 2011. – 464 с.

действенной рефлексии, как таковой, не следует. Единственную активную реакцию, которую человек может позволить себе при просмотре ТВ – переключение каналов. Французский философ Ги Дебор назвал такой тип взаимодействия «Обществом спектакля»<sup>62</sup>, в котором человек получает информацию по такому же принципу, как ее получают сидящие в зале театра и смотрящие на сцену люди, то есть «централизованно», «вертикально», с минимальной возможностью отреагировать.

Совершенно иной принцип лежит в основе взаимодействия человека с информацией в Сети. Инфо-коммуникационное пространство Интернета предполагает активность пользователя даже на базовом уровне. Чтобы Интернет работал как средство коммуникации, человек должен быть активным: задавать адреса страниц, использовать инструменты поиска, заходить на сайты, выбирать пути, переходить по ссылкам. То есть, в Интернете, в отличие от ТВ, человек *вынужден* быть активным, даже если он пассивен.

Революционной технологией, кардинально изменившей человека и общество в XXI веке, стал переход методики проектирования систем от Web 1.0 к Web 2.0. (См. Рис. 2). Термин Web 2.0 был впервые использован Тимом О'Рейли в статье «Что такое Web 2.0?»<sup>63</sup>. В этой статье основатель компании O'Reilly Media объяснил, в чем заключаются принципиальные различия между информационными площадками старого и нового поколения. Для нашего исследования ключевым отличием между Web 2.0 и Web 1.0 являются радикальным образом изменившиеся роли создателя и потребителя контента. Веб-сервисы старого формата предполагали четкое разграничение между создателями информации и ее потребителями. Новый же, Web 2.0, предполагает существенное упрощение способов публикации данных на

---

62

Дебор Г. Общество спектакля. / Пер. с фр./ Перевод С. Офертаса и М. Якубович. – М.: Изд-во Логос, 1999. – 224 с.

63

О'Рейли Т. Что такое Web 2.0?, 18.10.05 // URL: <http://old.computerra.ru/think/234100/>



пишут отзывы о сервисах и услугах, 32% публикуют комментарии к новостям, фотографиям и записям в блогах, 30% пользователей делятся тем, что создали сами, 26% участвуют в онлайн-аукционах, 26% участвуют в благотворительности. В России<sup>65</sup> 18% юзеров размещают в Интернете собственный контент, 11% комментируют статьи в блогах, 10% проявляют свою гражданскую активность и помогают другим людям посредством сети. То есть по максимуму стараются реализовать возможности, предоставленные технологией Web 2.0, чтобы проявить себя.

Следующей ступенью технологии Web 2.0 стало появление онлайн сервисов, в корне изменивших социальные взаимоотношения в обществе – социальных сетей. В 2011 году<sup>66</sup> из 2,4 млрд. пользователей Интернета, 1 млрд пользователей был зарегистрирован в социальной сети Facebook, что составляет почти 46% всех пользователей Интернета в 2011 году. А общее число активных пользователей<sup>67</sup>, зарегистрированных на таких популярных платформах, как Facebook, QZone, Twitter, LinkedIn и Vkontakte в 2012 году составило 1,8 млрд. человек. Интернет впервые предоставил возможность людям общаться друг с другом свободно от времени и пространства, а появление технологии Web 2.0 и социальных сетей упростили и ускорили этот процесс, сделав его практически эквивалентным межличностной коммуникации.

Таким образом, мы можем видеть, что психогенные изменения, которые были заложены в сознание индивида на первоначальной стадии освоения Интернета, развиваются и на следующих ступенях: люди, которые используют Интернет в качестве основного средства коммуникации, создают новое общество, в котором взаимодействие друг с другом и информацией, и

---

65

По данным Фонд Общественное Мнение, 2012// URL: <http://fom.ru>

66

По данным Pingdom.com. Internet 2012 in numbers //URL: <http://royal.pingdom.com/2013/01/16/internet-2012-in-numbers/>

67

Портал газеты The Moscow News. Инфографика //URL: <http://themoscownews.com/infographics/20120116/189372325.html>

как результат, активное поведение является естественным. Появление же новых устойчивых форм человеческой деятельности всегда приводит к формированию новой культуры. В данном случае «финальной ступенью» влияния такого медиа, как Интернет, на общество является формирование «культуры участия».

В русском языке данный термин имеет дефиницию только в политическом словаре и применяется исключительно для описания соответствующего типа культуры: «культура участия» – это тип политической культуры, который характеризуется активным участием граждан в политике вне зависимости от позитивного или негативного отношения к политической системе<sup>68</sup>. В то же время в английском языке термин «participatory culture»<sup>69</sup>, что дословно означает то же самое, является более полным: «participatory culture» - это культура с относительно низкими барьерами для художественного самовыражения и гражданской активности, где поощряется создание и распространение продуктов творчества, а её представители чувствуют значимость своих творений через высокую степень социальной связи друг с другом (им не все равно, что думают люди о том, что они создали). То есть культура участия является прямым следствием повышения уровня интерактивности инфо-коммуникационной среды.

Ярким примером культуры участия «в действии» являются протестные движения на Ближнем Востоке и в Северной Африке, начавшиеся в декабре 2010 года, а также многократные массовые выступления граждан России, начавшиеся после выборов в Государственную думу 4 декабря 2011 года.

---

68

Портал mirslovari.com, Политический словарь// URL: [http://mirslovari.com/content\\_pol/kultura-uchastija-aktivistskaja-3385.html#ixzz2QdyLH9Jh](http://mirslovari.com/content_pol/kultura-uchastija-aktivistskaja-3385.html#ixzz2QdyLH9Jh)

69

*Jerkins H.* Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century //URL: <http://www.newmedialiteracies.org/wp-content/uploads/pdfs/NMLWhitePaper.pdf>

Современный социолог Ольга Крыштановская<sup>70</sup> связывает протестную активность с успешной деятельностью диспетчеров в социальных сетях, распространяющих организационную информацию, а белорусский политолог Вадим Гигин, напротив, считает<sup>71</sup>, что роль Интернета и социальных сетей существенно преувеличена. Однако очевидно, что оба исследователя ставят в центр своего анализа «суть» сообщений, распространяемых посредством социальных сетей. То есть, современное научное сообщество, в какой-то степени пребывает в состоянии «нарциссического наркоза»<sup>72</sup>, когда психогенные и социальные последствия развития новых медиа остаются не замеченными, так как создают новую, столь же незаметную, как воздух глазу, среду, в которой мы существуем.

Привыкая быть активным в сети: выбирать пути и каналы получения информации, публиковать собственный контент, высказывать свое мнение относительно различных событий и явлений, публиковать комментарии и оценивать деятельность других пользователей, находиться в состоянии непрерывного взаимодействия с ними и с информацией, - постепенно общество становится активным и в реальности. Поэтому его естественной реакцией на вещи, которые не устраивают, является активный протест, который сегодня легко переходит из виртуального пространства в реальное.

Суммируя все вышесказанное, можно сделать следующий вывод. Осуществляя непрерывный «глубокий массаж чувств», Интернет, как медиум, меняет «пассивную» модель поведения индивида на «активную», в связи с этим меняется и общество, которое так же становится активным, а

---

70

Крыштановская О. Результаты пилотажного исследования протестного сообщества #ОккупайАбай, 12.05.12// URL: <https://www.facebook.com/notes/ольга-крыштановская/исследование-оккупайабай/396325813739900>

71

Букчин А. Новости // РИА Новости – 2012, 10 дек.// URL: [http://ria.ru/feam\\_2012\\_news/20121210/914201475.html](http://ria.ru/feam_2012_news/20121210/914201475.html)

72

Маклюэн М. Интервью для журнала «Playboy», 1969 // Портал, посвященный Маршаллу Маклюэну. // URL: <http://www.mcluhan.ru/articles/marshall-maklyuen-intervyu-dlya-playboy-ch-2/>

это, в свою очередь, ведет к формированию новой культуры, в которой основной формой человеческой деятельности становится активное участие.

## **§2. Интернет как «всемирный банк знаний»: «культура ремикса»**

В современном мире Интернет стал неотъемлемой частью повседневной жизни. Согласно исследованию 2012 года Pew Research Center<sup>73</sup>, 91% американцев, чтобы найти какую-либо информацию используют поисковую систему в Интернете, 84% ищут информацию по интересам, 84% используют интерактивные карты для поиска направления, 81% узнают погоду, 78% узнают информацию об услуге или товаре, который собираются приобрести, 78% узнают новости, 61% ищут информацию о политике, 32% информацию, связанную с их религией, 56% ищут работу, 53% ищут инструкции «how-to», или «сделай сам». Сегодня первым местом, куда мы обращаемся за любого рода информацией, будь то новости, художественная книга, инструкция, фильм, музыка, научный труд, является Интернет. В какой-то момент он перестал быть только сетью, связывающей разные города и континенты, и превратился в постоянно пополняющийся «Всемирный банк знаний».

---

73

По данным Pew Internet Trend Data (adults), 2012 / /URL: [http://pewinternet.org/Trend-Data-\(Adults\)/Online-Activites-Total.aspx](http://pewinternet.org/Trend-Data-(Adults)/Online-Activites-Total.aspx)

Согласно данным, опубликованным I.T.U.<sup>74</sup> (См. Табл. 2), в 2013 году проникновение Интернета составило в Америке 48%(28%), в Европе 68% (33%), в Арабских государствах 19% (55%), в Африке 11% (82%), в Азиатско-Тихоокеанском регионе 22% (45%) и в странах СНГ 46% (27%).

<i>Страна</i>	<i>Количество во подписчиков</i>	<i>% проникновения</i>	<i>Совокупный среднегодовой темп роста 2010-2013 в %</i>
Азиатско-Тихоокеанский регион	895 млн.	22%	45%
Америка	460 млн.	48%	28%
Европа	422 млн.	68%	33%
Страны СНГ	129 млн.	46%	27%
Африка	93 млн.	11%	82%
Арабские государства	71 млн.	19%	55%

**Таблица**

Так же крайне высоки процентные показатели совокупного среднегодового темпа роста: 82% в Африке, 55% в Арабских государствах, 45% в Азиатско-Тихоокеанском регионе, 33% в Европе, 28% в Америке и 27% в странах СНГ. Это дает нам основание говорить о том, что информация и всемирное знание, накопленное за всю историю человечества, становится все более и более доступным для всех.

У людей, имеющих свободный доступ к единой базе знаний, и уже привыкших принимать участие в создании контента («культура участия»), совершенно справедливо появляется желание пользоваться этой базой, чтобы создавать новое знание. Однако профессиональная подготовленность пользователей не всегда позволяет им создавать полностью собственное

---

74

I.T.U. ICT Facts and figures. World in 2013 //URL: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2013.pdf>

произведение, поэтому зачастую они обращаются к уже опубликованным в сети материалам.

Старший корреспондент журнала «Коммерсантъ Деньги» Алексей Боярский<sup>75</sup> выделяет три варианта использования чужих материалов: 1) копипейстинг – простое копирование фрагментов или целых текстов, 2) рерайтинг – переписывание текста другими словами, и 3) копирайтинг – компилирование материалов из разных источников. По оценке главного редактора онлайн-журнала Reclamun.ru Андрея Шипилова, первичный контент в Интернете составляет доли процента, а в печатных СМИ – не более 25%.<sup>76</sup> На сегодняшний день среди пользователей Интернета стало совершенно естественным создание различного контента (тексты, музыка, графика, видео) по этим трем принципам. Повсеместное использование юзерами произведений, теоретически защищенных авторским правом, но по факту не защищенных в Интернете ничем, привело к конфликтам с авторами, материалы которых подверглись переработке без уведомления и оплаты. Противостояние юзеров, продолжающих использовать авторский контент для создания своего собственного, и авторов произведений, считающих, что все виды использования объектов авторского права должны быть разрешены договором и оплачены, привело к «расслоению» принципа взаимодействия человека и знания на закрепленный в законе и реально действующий в новом инфо-коммуникационном пространстве.

Так как по-настоящему творческих личностей всегда было трудно остановить, в современной действительности наметилась тенденция становления новой культуры взаимодействия автора, его произведения и реципиента. Исследователи современных процессов в сфере авторского права назвали этот феномен «Культурой ремикса». Специалист по теории медиа

---

75

Боярский А. Пустота хуже воровства // журн. «Коммерсантъ Деньги» – 2010. – №9 (мар.) //URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1333615>

76

Там же.

Феликс Штальдер дает следующее определение: «*Ремикс – это метаметод, который охватывает множество жанров и творческих подходов и заключается в “создании новых произведений на основе существующих произведений культуры или их фрагментов”*». <sup>77</sup> Штальдер обращает наше внимание прежде всего на то, что на современном этапе развития общества культура ремикса имеет такое же парадигмообразующее значение, как понятие авторского произведения в эпоху буржуазного модернизма.

Профессор права в Стенфордском университете Лоуренс Лессиг в своей книге «Ремикс» разделил современную культуру создания нового знания на «Культуру только для чтения», которая предполагает создание произведений профессионалами и «Культуру для чтения и записи», которая допускает реципиента к процессу работы над произведением, делая таким образом финальный вариант открытым. Это создает новые просторы для творчества. Лессиг указывает на то, что современная сфера искусства требует демократизации, а изменения в законе, позволяющие потребителям участвовать в процессе создания знания и использовать продукты творчества других людей для создания своих собственных, могли бы существенно улучшить ситуацию.<sup>78</sup>

В 2001 году Лессигом была основана организация Creative Commons, которая создала публичные лицензии, позволяющие авторам произведений более свободно распространять свои работы, а реципиентам легально пользоваться ими.

По сути, лицензия Creative Commons – это не что иное, как попытка узаконить то, что и так широко распространено в сети Интернет. И, нужно сказать, удачная. Можно привести множество примеров из практики устных и письменных культур, когда создание монументального произведения

77

Зольфранк К. Ремикс – (не) искусство! // Портал культурного института Федеративной Республики Германия, окт. 2012 // URL:

<http://www.goethe.de/ins/ru/lp/kul/dur/dig/rmk/ru10024622.htm>

78

Там же.

осуществлялось по тому же, что и система лицензий «Creative Commons», принципу. В качестве одного из самых ярких примеров можно взять Диалоги Платона<sup>79</sup>. Философ воспроизвел в своем произведении идеи Сократа, обозначив при этом того, кому принадлежит истинное авторство над ними. Именно благодаря тому, что Платон использовал возможность «сотворчества», до нас дошел величайший памятник философской мысли.

Безусловно, тенденции в сфере регулирования авторского права в интернете, наметившиеся с созданием лицензии Creative Commons, можно оценить, как однозначно положительные. Например, в России сегодня под Creative Commons работают такие известные порталы, как <http://chaskor.ru>, <http://kremlin.ru>, <http://convergencylab.ru>, <http://www.hse.ru>, <http://visualrian.ru>, <http://rospil.info>, <http://lurkmore.to>, <http://habrahabr.ru>. Однако создателям и реформаторам закона не стоит останавливаться. На данный момент лицензии Creative Commons приняты только в 53 (приблизительно 20%) из 262 стран в мире, что является обнадеживающим, но невысоким показателем.

Становление культуры ремикса является закономерным последствием технологии Web 2.0 и повсеместным распространением доступа к сети Интернет как глобальному банку знаний, а также следствием выхода человечества на новый виток исторической спирали, названный У. Онгом эпохой «Второй устности».

Нетрудно увидеть аналогию в способе взаимодействия человека со знанием сейчас и в эпоху первичной устности, когда основным способом передачи информации был диалог, а хранением – память. Как следствие, все люди обладали приблизительно одинаковым набором знаний, которым они могли распоряжаться по своему желанию (яркий тому пример – фольклорное творчество). На сегодняшний день роль коллективной памяти выполняет Интернет, который так же наделяет всех людей примерно одинаковым набором знаний. Как известно, в дописьменный период, понятия авторства не

---

79

*Платон. Диалоги. / Пер. с древнегреч.; примеч. Л. Сумм. – М.: Эксмо, 2009. – 640 с.*

существовало, и ценность заключалась в самом знании. Сегодня в эпоху информационного общества знание снова становится высшей ценностью, и у тех, кто первыми осваивает новый медиум – Интернет – возникает потребность использовать это знание, взаимодействовать с ним, как в эпоху первичной устности. Постоянная переработка знания, отсеечение неактуальных его частей и дополнение актуальной информацией, – тот принцип, благодаря которому «устным» людям удалось пронести знание через время.

Одной из главных проблем современной культуры является отсутствие равновесия между временными и пространственными медиа. Основное средство коммуникации – Интернет – сегодня больше ориентировано на территориальное распространение информации и представляет собой, выражаясь словами Г. Инниса, пространственный медиум. Однако у современного общества есть возможность сделать его часть временным медиумом, наполнив инфо-коммуникационную среду оцифрованным профессиональным контентом и повсеместно узаконив культуру ремикса, и тем самым восстановить баланс временных и пространственных медиа, отсутствие которого, согласно теории Г. Инниса, грозит падением цивилизации.

Суммируя все вышесказанное, можно сказать, что стремительное распространение доступа к Интернету и использование его в качестве основного средства передачи и хранения данных, превратило Всемирную паутину во «Всемирный банк», в котором хранится вся существующая в мире информация. Пользователи, усвоившие модель «активного» поведения, начинают взаимодействовать с этой информацией, создавая собственный контент на базе существующих материалов, что приводит к формированию новой культуры взаимодействия со знанием, которая уже получила название «культуры ремикса».

### **§3. Информатизация. Информационная перегрузка: за что боролись**

Еще одной тенденцией развития современного медиапространства является информатизация, то есть процесс формирования новой культуры взаимодействия с информацией и отношения к ней.

На технологическом уровне преобразования медиасистемы дигитализация и конвергенция<sup>80</sup> сегодня являются самыми главными направлениями. Перевод текста, звука, графических изображений,

---

80

Согласно определению, приведенному в англо-русском словаре концепций и терминов Л.М. Земляной, «конвергенция – это схождение, сближение явлений и тенденций в различных сферах жизни <...>. В коммуникативистике этот термин используется для обозначения взаимодействия и объединения различных каналов и средств связи в условиях развития мультимедийных процессов и информационных супермагистралей, совершающихся благодаря широкому внедрению новых технологий, обеспечивающих применение цифровой трансмиссии информации в коммутирующийся телекоммутерных и телефонно-кабельных линиях».

фотографии, анимации или видео в цифровой вид, пригодный для воспроизведения и хранения на электронном носителе, ведет к сближению на одной цифровой платформе различных типов медиа.

В основе конвергентных медиа лежит принцип, который М. Маклюэн метафорически обозначил как «medium is the message». То есть, когда новое средство коммуникации включает в себя старое, которое и становится его «посланием». Так, сообщением речи является процесс мышления, письма – речь, телеграфа письмо. Мультимедийный же файл может включать в себя все предыдущие виды медиа, а универсальный цифровой код, в форме которого они существуют, колоссально упрощает процесс передачи и получения информации посредством электрического сигнала, а также увеличивает его скорость, делая практически эквивалентным межличностной коммуникации. Более того, включая в себя все старые формы медиа, новый мультимедийный продукт одновременно воздействует сразу на все органы чувств человека, тем самым возвращая ему возможность воспринимать информацию гармонично, подобно тому, как он делал это в дописьменную эпоху.

Ввиду распространения доступа к широкополосному Интернету, существенного упрощения процесса создания информации и появления универсальной формы сигнала для её передачи, скорость циркуляции информационных потоков возросла до таких пределов, что они «схлестнулись» вместе, образовав качественно новую инфо-коммуникационную среду, информация в которой стала подобна «воздуху», благодаря которому мы живем.

Получив до недавнего времени недоступные возможности создания ничем не ограниченного (ни временем, ни пространством) контента, профессиональные СМИ приняли решение по максимуму использовать их. Многие традиционные СМИ перевели свои издания на цифровую платформу: в Интернете стало возможным послушать радио, почитать газету, посмотреть

программу какого-то теле-канала. Всемирная сеть пополнилась качественной информацией.

Однако благодаря технологии Web 2.0, помимо «проверенной» информации интернет-пространство также заполнилось огромным количеством так называемого «пользовательского» контента, который порой может вступать в серьезную конкуренцию с профессиональным.

Пользователи социальной сети Facebook отправляют около 650 тыс. комментариев в минуту, на сайт Youtube ежеминутно загружается 48 часов видео, а в Twitter поступает около 140 млн. «твиттов» в день.<sup>81</sup> По оценкам аналитической фирмы IDC<sup>82</sup>, объем информации, хранящийся в сети удваивается каждые 18 месяцев, и, по прогнозам другой американской компании CSC<sup>83</sup>, к 2020 году увеличится до 35 зеттабайт.<sup>84</sup> (Рис. 3).

## Рисунок

Однако уже сегодня из-за огромного количества постоянно появляющейся информации человеку становится все труднее воспринимать настоящее в каком-то последовательном, линейном ключе. Чтобы выжить и преуспеть в невероятно быстро меняющемся мире, необходимо быть включенным в информационную среду 24/7, как-то приспособливаться к ней и находить способы успевать потреблять актуальную информацию, несмотря на ее огромное количество. Логичным результатом таких жестких условий

---

81

По данным, приведенным в статье *Thierer A. Some Metrics Regarding the Volume of Online Activity* // Technology Liberation Front, 18.05.11 // URL:

<http://techliberation.com/2011/05/18/some-metrics-regarding-the-volume-of-online-activity/>

82

International Data Corporation <http://www.idc.com/>

83

CSC // Big Data Universe Beginning to Explode //URL:

[http://www.csc.com/insights/flxwd/78931big\\_data\\_universe\\_beginning\\_to\\_explode](http://www.csc.com/insights/flxwd/78931big_data_universe_beginning_to_explode)

84

Что равно  $3.8482907 \times 10^{13}$  Гб

становится падение уровня осмысления и обдумывания получаемой информации. Согласно исследованию компании Pew Research Center<sup>85</sup>, только 21% владельцев планшетов «вчитываются» в информацию, которую потребляют, в то время как 57% читают исключительно заголовки. Поверхностное потребление информации подтверждает так же исследование 2009 года компании Oustell,<sup>86</sup> в ходе которого выяснилось, что почти половина (44%) читателей портала Google News только проглядывают заголовки, не заходя на сайты с новостями.

Таким образом, мы можем наблюдать, что в отсутствие времени на обдумывание и осмысление поступающей в сознание информации, человек фактически возвращается к восприятию мира «ухом». Физически – зрением, фактически – «слухом», как в эпоху первичной устности, когда сообщение напрямую апеллировало к сознанию, так как при межличностной коммуникации была необходима мгновенная реакция.

В силу того, что в современном мире все происходит одновременно и новости об этом появляются так же, в новой информационной среде причинно-следственные связи теряются, и человек отвыкает воспринимать мир линейно. Как правило, он получает фрагменты, которые после, если на это хватает времени, выстраиваются в некую общую картину. У многих современных людей, которые берутся прочитать какой-то более-менее законченный текст в сети, появляется желание пропустить большой абзац. Западные интернет-СМИ, имея в виду такую особенность аудитории, иногда пишут абзацы, состоящие всего из одного предложения.<sup>87</sup>

---

85

Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism.  
The Future of News on Mobile, 2012 // URL: <http://features.journalism.org/2012/12/04/the-future-of-news-on-mobile/>

86

Oustellinc //New users in 2009 //URL: <http://www.oustellinc.com/store/products/886?refid=pr886>

87

Соловьев Д. Как меняются люди под воздействием медиа?// Cossa.ru, 15.03.12 // URL: <http://www.cossa.ru/articles/234/13669/>

Таким образом, мы можем видеть, что с появлением возможности перевода любых данных на цифровую основу, существенно упростился способ обмена и создания контента, что запустило процесс стремительного роста объемов информации. Это привело к тому, что в сознание не подготовленного к обработке такого количества информации индивида стало меняться. Сегодня, в отсутствие достаточного для осмысления данных времени, человек начинает воспринимать информацию поверхностно, фрагментарно, что ведет к разрушению причинно-следственных связей и, как результат, формированию нелинейного мышления, на новом уровне. А также возвращает человека к «слуховому», эмоциональному восприятию окружающего мира, свойственному ему до возникновения письменности. Ускорив доступ к информации и одновременно облегчив публикацию материалов, дигитализация и конвергенция привели к формированию новых коммуникационных практик, которые можно условно обозначить как «новую устную» культуру коммуникации.

А попытка человека избежать информационной перегрузки привела к формированию новых тенденций в медийной среде: персонификации и демассовизации информации.

#### **§4. Персонализация информации: высокая культура медиапотребления**

В ответ на потребность современного человека адаптироваться к новой инфо-коммуникационной среде и научиться справляться с огромными объемами данных, появляются различные способы автоматической обработки информации.

Другими словами, современные средства коммуникации предоставляют пользователю возможность формировать различные информационные фильтры. В качестве инструментов сегодня чаще всего используются закладки в браузере, RSS-ленты, различные новостные агрегаторы, приложения в мобильных устройствах, подписки на обновления страниц людей и сообществ в социальных сетях, в случае со спутниковым ТВ - «личный пакет» каналов. Выбирая ту или иную информацию в соответствии со своими интересами и нуждами, человек также создает себе образ, в соответствии с которым его могут идентифицировать другие люди.

Медиа меняют нас, мы меняем медиа, и снова медиа меняют нас. В контексте рассматриваемой в данном параграфе тенденции, эта закономерность тесного взаимодействия прослеживается в следующем.

Медиа влияют на нас (огромный рост объемов информации), вызывая определенную реакцию (попытка отфильтровать ненужное), и в то же время, замечая наметившиеся изменения в настроении пользователей, медиа предоставляют инструменты персонализации информации и тем самым эволюционируют *вместе* с нами, выводя культуру медиапотребления на новый уровень. Разберем этот тезис подробнее.

Ответом современных средств информации на потребность пользователя в «информационной ленте», интересной в первую очередь ему самому, стало предоставление нового типа контента: демассовизированного. Раньше средства массовой информации при формировании контента ориентировались на «массу» людей, пытаясь разделить общество на разные сегменты и завоевать как можно большую аудиторию, связанную с одним или несколькими из них. Заметив тенденцию к персонализации контента, средства информации так же переориентировались «на человека». Речь идет не о создании «специальных новостей» для конкретного пользователя, а о правильной организации этих новостей, чтобы, используя то или иное средство коммуникации, человек получал нужную ему информацию. Например, по такому принципу функционируют сайты, связанные со страничками пользователей в социальных сетях. Такие порталы «считывают» информацию на основе социальных графов о том, что «нравится» пользователю и его друзьям и в первую очередь предоставляют информацию, релевантную этим показателям. По такому принципу начинают действовать не только СМИ в попытке адаптироваться к изменениям, происходящим в обществе, но и другие сервисы, доступные онлайн. Например, новые принципы взаимодействия с интернет-пользователем осваивают поисковые системы. Так, недавно на Яндекс.ру появилась функция персонального поиска: «теперь Яндекс не просто отвечает на вопрос – он отвечает *лично* вам».<sup>88</sup> Обработывая данные запросов, посещения различных сайтов и

---

88

Яндекс о новом персональном поиске //URL: <http://personalization.yandex.ru>

результатов поиска, на которые пользователь обращает внимание, поисковая система формирует определенный «образ» человека, впоследствии выдавая на запросы информацию, наиболее релевантную его предпочтениям.

Безусловно, новые тенденции развития медиапространства не могут не отражаться на коммерческой сфере. Изменение в рекламном секторе связано с развитием новейших социальных технологий. Создатели рекламы больше не полагаются на средние показатели аудитории, они создают персонализированную рекламу, опираясь на конкретные показатели: подписки, приложения, поисковые запросы и другие персональные предпочтения каждого участника коммуникации, выраженные в контенте его гаджета. Интересным показателем является принцип функционирования контекстной рекламы в Интернете. Сегодня рекламные объявления о потенциально интересующих товарах и услугах пользователя «преследуют» его повсюду. Независимо от того, на каком сайте находится пользователь, в рекламном окне «волшебным образом» появляются объявления с сайтов, которые он регулярно посещает или недавно посетил.

По данным самого авторитетного исследования средств массовой информации<sup>89</sup>, мобильная реклама выросла на 80% и ее общий объем составил 2,6 миллиарда долларов. Особенно активно развиваются технологии таргетированной рекламы на базе технологий поисковых систем «Гугл» и «Яху», которые формируют подробную информацию об интересах и потребностях пользователя по его поисковым запросам.

То есть, сегодня имеет смысл говорить о том, что потребность человека справиться с огромными объемами постоянно появляющейся информации в какой-то степени была удовлетворена, так как на сегодняшний день сформировалась принципиально новая система распределения информации, удобная, в первую очередь, для пользователя.

Однако к исследованию тенденции, рассматриваемой в данном параграфе, не применим односторонний подход, так как она вскрывает более

глубокие пласты изменений, произошедших под воздействием новых технологий.

Согласно исследованию компании Nielsen<sup>90</sup>( См. Табл. 4), 40% американских пользователей мобильных устройств используют их каждый день параллельно с просмотром ТВ: 42% владельцев планшетов и 40% владельцев смартфонов. Также 14% признались, что во время чтения электронных книг параллельно смотрят ТВ. Например, люди часто используют, такие приложения, как WatchWithMTV и VH1, специально разработанные как дополнение к контенту, поставляемому посредством ТВ. Вице-президент и главный научный сотрудник Viacom Media Networks Колин Фаи отмечает<sup>91</sup>, что такого рода «со-просмотр» выводит взаимодействие аудитории и медиа на совершенно новый уровень. Среди западных исследователей такой способ потребления информации получил название «The Dual-Screen Experience».

%	Активность
1 60%	проверяют почтовые сервисы во время программ
2 59%	проверяют почтовые сервисы во время рекламы
3 46%	просматривают различную информацию («сёрфят») во время программ
4 45%	просматривают различную информацию («сёрфят») во время рекламы
5 42%	посещают сайты социальных сетей во время программ
6 42%	посещают сайты социальных сетей во время рекламы
7 30%	узнают результаты спортивных соревнований
8 29%	ищут информацию, связанную с просматриваемой передачей
9 19%	ищут продукт, увиденный в рекламе
13%	ищут купоны и скидки на продукты, связанные с увиденной рекламой

## Таблица

---

90

По данным Nielsen, 2012 //URL: <http://www.nielsen.com/us/en/newswire/2011/40-of-tablet-and-smartphone-owners-use-them-while-watching-tv.html>

91

По данным Viacom.com, 17.04.2012 //URL: <http://www.viacom.com/news/Pages/newstext.aspx?RID=664831>

То есть, привыкая потреблять информацию посредством мультимедиа, человек адаптирует новую модель поведения: «многозадачную», что является новым уровнем психогенных изменений, происходящих в его сознании под воздействием новых технологий. Однако и в этом случае есть причина подобного рода изменений, которая кроется на более глубоком уровне.

Исходя из данных, приведенных в Таблице 4, мы можем видеть парадоксальную тенденцию: с одной стороны человек прикладывает огромные усилия к тому, чтобы сократить объемы поступающей к нему данных, с другой - получение информации из одного источника уже не является достаточным для удовлетворения потребности в ней. Зачастую (позиции 3,4,5,6) люди при просмотре ТВ пытаются узнать о событиях, происходящих одновременно с теми, о которых они смотрят передачу. То есть, можно предположить, что при адаптации к качественно-новой инфо-коммуникационной среде, где все действия происходят одновременно, постепенно разрушается линейное восприятие времени.

Подытоживая все вышесказанное, мы можем сделать вывод, что ответной реакцией человека на «угрожающий» рост объемов информации становится потребность в инструментах, с помощью которых представляется возможным справиться с обработкой огромных объемов данных посредством отсортировывания их в соответствии со своими интересами и нуждами. Это, в свою очередь, ведет к формированию новой культуры высокого медиапотребления, когда человек умеет использовать разнообразие, предоставляемое инфо-коммуникационной средой, с очевидной «выгодой» для себя. С другой стороны, пытаясь приспособиться к существованию в качественно-новой инфо-коммуникационной среде, где все действия происходят одновременно, человек постепенно теряет представление о «линейности» времени, прямым доказательством чего служит появление нового принципа потребления информации «The Dual-Screen Experience». Это объясняется тем, что на данном этапе своего развития человечество укрепляет свои позиции на исторической ступени, именуемой эпохой

«Второй устности» и приобретает все больше характеристик, присущих эпохе первичной устности.

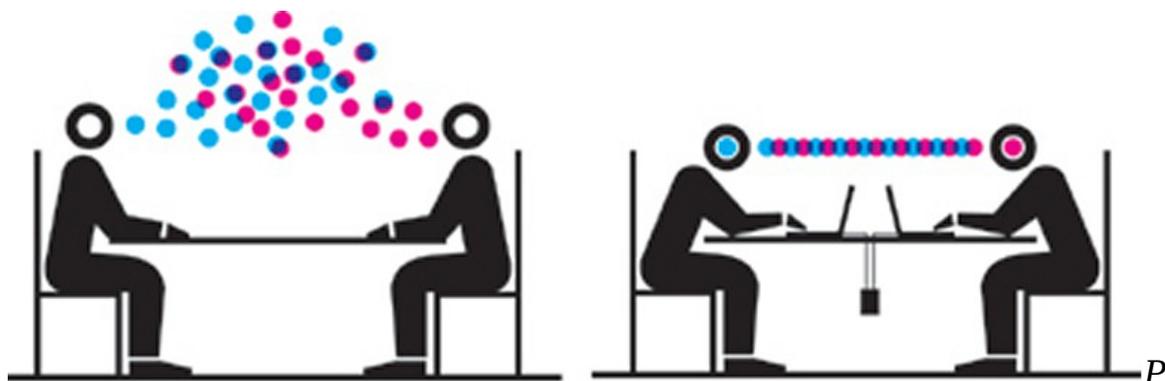
#### **§5. Социализация: «из какого ты племени?»**

Г. Иннис считал, что использование инновационных средств коммуникации провоцирует изменения в социальной структуре общества. Рассмотрим, как это происходит на современном этапе развития Цивилизации.

На сегодняшний день одним из главных последствий развития коммуникационных технологий является веб-сайт формата социальной сети. Он представляет собой информационную платформу, на базе которой, будучи существами социальными, интернет-пользователи устанавливают и поддерживают взаимоотношения друг с другом. Одной из самых точных метафор, с помощью которой можно описать изменения, произошедшие в сознании современного человека и обществе с появлением нового способа коммуникации – посредством социальных сетей – является метафора Уолтера Онга «Secondary Orality».

Использование новых электронных технологий привело к возрождению «устной» формы дискурса, базирующейся на культуре письменности. С появлением социальных сетей, новая форма коммуникации достигла

качественно нового уровня и стала причиной серьезных преобразований в психологических паттернах индивида. Сегодня в социальных сетях люди осуществляют общение друг с другом практически по тем же принципам, что и в эпоху первичной устности, тем самым адаптируя психологические и, как результат, социальные модели «устных» культур.



исунок 4. Процесс коммуникации в эпоху первичной устности и сегодня.

В контексте данного исследования, наиболее интересным представляется парадокс «объединительного разъединения» современного мира посредством социальных сетей, пока не получивший четкого определения в научном сообществе. Он заключается в следующем. Объединительный эффект, которым обладают социальные сети сегодня совершенно очевиден. Однако новые информационные платформы провоцируют множество изменений, осмысление которых представляется возможным только при детальном исследовании. М. Кастельс писал: «Интернет – это коммуникационный медиум, который впервые сделал возможным общение **многих людей со многими другими** в любой момент времени и в глобальном масштабе»<sup>92</sup>. Обратим особое внимание на выделенные слова. «Общение многих людей со многими другими», заглянем глубже в суть этого выражения.

Сегодня мы имеем возможность наблюдать за тем, как Интернет распадается на огромное количество сообществ людей, казалось бы, не

связанных друг с другом ни по каким критериям, кроме чувства принадлежности к данному сообществу. Попробуем последовательно объяснить этот феномен, обратившись к инструментам Торонтской школы. Устранив необходимость физически находиться рядом в момент осуществления диалога, и пронизав общество огромным количеством горизонтальных и вертикальных связей, Интернет еще больше вовлек человечество в эпоху «Второй устности». Посредством социальных сетей, люди сегодня выстраивают отношения, подобные тем, что они выстраивали в эпоху племенного общества. Социальные сети – в целом, символичный мир: у каждого человека есть «юзерпик», «список друзей», и набор других характеристик, который моментально позволяет нам его идентифицировать и оценить. Сегодня, как и в эпоху первичной устности, личность человека напрямую зависит от того, с кем он общается, к какому «племени» принадлежит. Поэтому, чтобы «не потеряться» в этом огромном количестве социальных «сетей», люди вынуждены объединяться в различные сообщества, подобно тому, как они делали это в эпоху первичной устности, чтобы выжить. Стирая территориальные границы и уравнивая всех, у кого есть доступ к компьютерным технологиям, Интернет сделал главным критерием определения личности «воображаемое сообщество», в котором состоит пользователь. Будучи принципиально новым способом коммуникации, Интернет, и в особенности социальные сети, привносят в мир свою логику восприятия окружающего мира. Процесс повсеместной информатизации породил огромное количество стремительно растущих объемов информации, а в отсутствие возможности тратить время на её обдумывание, у современного человека сформировалось «слуховое», выражаясь терминологией Маршалла Маклюэна, восприятие. Подавляющее большинство интернет-пользователей сегодня предпочитают потреблять информацию в том виде, когда на её осмысление тратится минимум времени. Отсюда берет свои корни возросшая за последние

несколько лет популярность такого жанра, как инфографика. Визуальное воплощение информации апеллирует напрямую к сознанию, мгновенно вызывая у юзера определенный эмоциональный отклик. В целом, восприятие современным человеком информации становится похожим на восприятие информации в эпоху устности при межличностной коммуникации, когда мимолетность информации, выраженной в пространстве, обуславливала необходимость мгновенной рефлексии.

Сегодня восприятие человеком информации вновь становится эмоциональным. И здесь имеет смысл сделать предположение о том, как образуются сообщества, которые были названы выше. Появляясь в сети, информация неминуемо вызывает эмоциональный отклик у определенного количества людей: они возмущаются, радуются, сочувствуют и выражают это через свои виртуальные «аватары». Наличие распространенной системы горизонтальных связей в социальных сетях позволяет им поделиться этой информацией с другими пользователями, которые так же осуществляют эмоциональную рефлексию, которая зачастую выражается в желании поделиться с другими пользователями, и так далее. Именно эта переживаемая эмоция и осознание того, что другие люди, почувствовали её же, организует людей в некое «единство». Однако в отсутствие каких-либо других критериев для описания этого «единства», кроме как чувство солидарности по отношению друг к другу, данное сообщество уместнее будет называть сообществом не «единства», а «множества»: его участниками становятся совершенно разные люди, объединенные (в силу отсутствия территориальных ограничений) одним только чувством включенности в это сообщество. Вероятнее всего, именно в этом и заключается суть определения общения в интернете как *«общения многих людей со многими другими»*. Однако принципиально важно понимать, что «объединяющая» эмоция вызывается в людях не столько содержанием, сколько самим способом передачи информации посредством сети Интернет. Подобный принцип взаимодействия человека и медиума в эпоху телевидения был метафорически

назван Маршаллом Маклюэном «расширением нервной системы», то есть способностью медиума вызывать эмоциональную реакцию человека. Однако, как мы знаем, эпоха телевидения существенно отличается от эпохи Интернета отсутствием возможности людей принимать участие в происходящем. То есть, даже эмоционально рефлексировав, «жители» «глобальной деревни» пассивны в своем поведении. Технология Интернета, напротив, позволяет им, объединяясь в «множества», участвовать, и не только в виртуальной среде, но и в реальной, а это, как было отмечено современным исследователем коммуникации Иваном Засурским<sup>93</sup>, уже больше соответствует *городской* среде. Также наличие в «глобальном городе» социальных сетей формирует разветвленную систему горизонтальных связей, которых не могло быть в «глобальной деревне», где социальные субъекты дистанцированы друг от друга.

В рамках данного исследования крайне интересным также представляется рассмотреть специфику поведения человека, включенного в такого рода «множество». В своей книге «Умная толпа»: новая социальная революция, выпущенной в 2006 году<sup>94</sup>, американский социолог Говард Рейнгольд предположил, что в будущем влияние коммуникационных технологий на сознание людей возрастет до такого уровня, что индивид, широко использующий новые технические средства коммуникации, приобретет новые качества, которые станут причиной образования в обществе нового социального страта.

Сегодня мы можем говорить о том, что будущее, описанное Рейнгольдом, стало реальностью. Исследователь неслучайно называет новые толпы «умными», этим же объясняется то, почему новые сетевые объединения можно обозначить, как «множества», а не, скажем, «массы».

93

Засурский И.И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – 288 с.

94

Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция. / Пер. с англ. А. Гарькавого. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. — 416 с.

Огромное количество абсолютно не связанных людей осуществляет единую эмоциональную рефлексию на определенные новости, события, явления. Этот эмоциональный отклик толпы достигается по тому же принципу, что и распространение вируса. (См. рис. 5). Главным отличительным признаком «умной» толпы является способность действовать слаженно, даже не зная друг друга, согласуясь посредством имеющихся у них коммуникационных устройств, обеспечивающих связь.

В качестве примера действующей «умной толпы» можно привести вспыхнувшие по всей Англии в 2011 году восстания, или так называемые «riots». <sup>95</sup> Как стало известно позже, в ходе расследования, первые шаги на пути к объединению были сделаны участниками беспорядков на страницах социальной сети Facebook. Однако решающую роль сыграло наличие у большинства бунтовавших смартфонов Blackberry с встроенной программой передачи моментальных сообщений Blackberry Messenger (BBM). Этот сервис позволяет не только бесплатно отправлять моментальные сообщения между смартфонами Blackberry, но и от одного пользователя многим по одному каналу, что делает его намного более популярным, чем сервис платных смс-сообщений. Еще одно преимущество данных сообщений состоит в том, что проследить участников данного канала почти невозможно, так каналы, используемые смартфонами Blackberry для коммуникации, зашифрованы по стандарту AES<sup>96</sup>. Первое сообщение, которое повлекло за собой огромное количество откликов, призывало приехать из всех концов Лондона в центр «громить» Оксфорд-стрит, но ни это, ни одно из тысяч ответных сообщений властями перехвачено не было.

---

95

*Halliday J.* London riots: how Blackberry Messenger played a key role // The Guardian, 08.08.2011. // URL: <http://www.guardian.co.uk/media/2011/aug/08/london-riots-facebook-twitter-blackberry>

В 2010 власти Индии даже угрожали 800 000 пользователям смартфонов BlackBerry отключением их телефонов от сети, поскольку в правительстве возрос страх, что защищенная связь могла помочь террористам подготовить и совершить атаки и при этом остаться незамеченными.

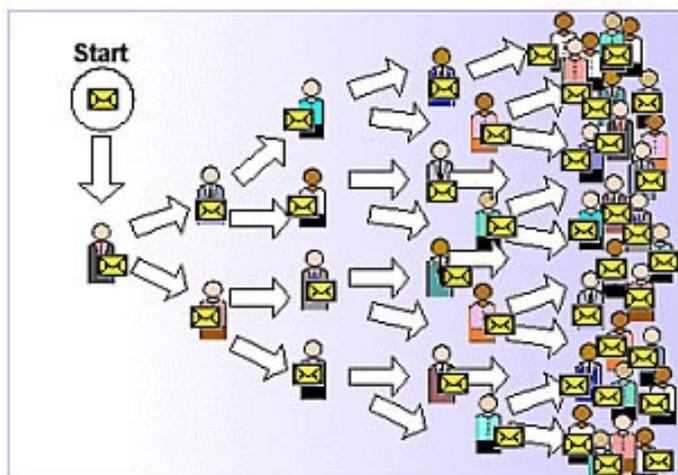


Рисунок 5

Таким образом, мы можем сделать вывод, что с появлением и освоением социальных сетей новая коммуникационная форма, обозначенная У. Онгом как «Вторая устность», вышла на новый уровень. Расширение возможностей по коммуникации с помощью социальных сетей привело к возникновению различных сообществ по интересам и формированию новой информационной культуры. Это стало причиной формирования в современном обществе «новых» социальных субъектов, а по мнению некоторых учёных, «информационных племен», возвращенных из прошлого человечества. Сегодня принадлежность к одному или нескольким из таких племен стала одним из главных индикаторов личности современного человека.

## **§6. «Конвергенция». Человек плюс медиа**

На сегодняшний день процесс конвергенции давно является предметом пристального внимания научного сообщества и уже был рассмотрен в различных аспектах. Исследователь Елена Вартанова выделяет<sup>97</sup> три уровня медиаконвергенции: технологический, экономический и профессиональный. Однако, на сегодняшний день можно выделить еще один, новый уровень – метафорический – «конвергенции» человека и медиума.

Лучше всего этот процесс можно описать и объяснить с помощью метафоры Маршалла Маклюэна о «расширении центральной нервной системы» человека. Современные средства коммуникации расширяют не только органы чувств человека, но и его память.

Компьютеры, мобильные телефоны, планшеты, Интернет, - большая часть населения планеты не может сегодня представить свою жизнь без этих медиумов. Сегодня часто можно услышать выражение «Без телефона/ без Интернета/без компьютера, как без рук». Такое сравнение средства

---

97

*Вартанова Е.Л.* Медиаиндустрия и конвергенция // Интернет – СМИ Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов/ Под. ред. Лукиной, .– М.: Аспект Пресс, 2010. – С. 14.

коммуникации с частью тела говорит о том, что подсознательно современный человек уже считает электронный девайс своей частью. В России, по данным опроса ФОМ<sup>98</sup>, без мобильных устройств думают, что не смогут прожить, 72%, в Украине, по данным исследования Института Горшенина 2013 года<sup>99</sup>, 45,5% молодых людей (и девушки, и юноши) в возрасте от 15 до 21 года совершенно не представляют себе жизни без мобильного телефона, а 39,5% без Интернета. В Британии, согласно исследованию IAB<sup>100</sup>, этот показатель составляет 62% и 31% в Южной Корее.

Дигитализация и конвергенция, произошедшая в медиа на технологическом уровне, позволили человеку хранить любую информацию в цифровом виде на различных электронных носителях, и сегодня этой возможностью охотно пользуются все. Люди используют свои девайсы в качестве «резервной памяти». Они сохраняют в памяти своих компьютерных устройств личные фотографии, видео, документы, заметки, интересную и полезную информацию. С одной стороны, такой способ хранения данных надежнее, чем человеческая память, одним из свойств которой является забывчивость. С другой – хранение данных в памяти электронных девайсов так же несет в себе риски утраты значимой информации. Согласно исследованию, проведенному в 2012 году «Лабораторией Касперского»<sup>101</sup>, из всей информации, хранящейся на электронном носителе, больше всего люди боятся потерять личные фотографии и видео (42% опрошенных), пароли

---

98

По данным Фонда Общественное Мнение //URL: <http://fom.ru/>

99

Исследование Института Горшенина, 2013 //

URL:[http://institute.gorshenin.ua/researches/122\\_sovremennaya\\_molodezh\\_ukraini.html](http://institute.gorshenin.ua/researches/122_sovremennaya_molodezh_ukraini.html)

100

По данным Internet Advertising Bureau, 21.11.12 //URL:

<http://www.iabuk.net/about/press/archive/consumer-mobile-usage-to-increase-dramatically-by-2015>

101

Платов А. Что боятся потерять владельцы портативных устройств? //Портал presssender.ru, 18.04.12// URL: <http://pressender.ru/index.pl?act=PRODUCT&id=288>

(36%), данные записные книжки (32%), документы личного характера (29%) и рабочие документы (24%).

Американский журналист Эй Джей Джейкобс<sup>102</sup> в качестве эксперимента в течение двух месяцев записывал на камеру, прикрепленную к его голове, абсолютно всё, что с ним происходило. *«Любой человек может стать огромной цифровой видеокамерой и научиться просто пересматривать запись назад, когда надо выяснить, что же на самом деле произошло»*<sup>103</sup>. Поводом к данному эксперименту послужило его открытие ненадежности собственной памяти. В разговоре со своей матерью Джейкобс выяснил, что его детское воспоминание о поездке в парк развлечений является ничем иным, как компиляцией его мечтаний и образов из телерекламы Disney World.

Хранение информации на электронном носителе не гарантирует однако сохранности всех накопленных человеком данных. Потеря смартфона, поломка компьютера или жесткого диска приводит к их частичной или полной потере, и информация не всегда подлежит восстановлению. По данным исследования Mobile Mindset Study<sup>104</sup>, 94% пользователей боятся потерять свои девайсы, а 74% признаются, что их охватывала паника, когда они теряли свой телефон в прошлом. При этом треть пользователей хотя бы раз по различным причинам теряла все данные, занесенные в их девайс. Боязнь потерять самый распространенный в мире гаджет – мобильный телефон – уже получила научное название – *номофобия*. Это аббревиатура от английского «no-mobile phone phobia» («фобия - нет мобильного телефона»).

---

102

Джекобс Э.Д. Камера смертника // Esquire, 29.01.2013 //URL: <http://esquire.ru/a-j-jacob>

103

Там же.

104

По данным Lookout. Mobile Mindset study, 2012 //URL: <https://www.lookout.com/resources/reports/mobile-mindset>

В Британии компания <sup>105</sup> SecurEnvoy провела исследование, которое показало, что 66% британцев также страдают номофобией.



Рисунок 6

Поэтому одной из основных тенденций развития медиа сегодня становится создание различных страховых технологий. Появление баз «backup&restore» позволяет создать копию важных данных в так называемом «облаке» - онлайн-сервере, к которому пользователь, зная идентификационные данные, может обратиться с любого другого устройства, имеющего доступ в Интернет. Все изменения, производимые с файлами, помещенными в «облако», автоматически сохраняются в нем. Самыми популярными «облачными серверами» являются *Google Drive*, *Dropbox*, *Apple iCloud* и *Microsoft SkyDrive*. По данным представителя компании Trend Micro,<sup>106</sup> 58% потерявших информацию, помещенную в девайс, могли восстановить ее, потому что использовали различные услуги, гарантирующие сохранность информации.

Что касается потери самого девайса, существует три основных технологии нахождения гаджета и защиты данных. В первую очередь, это различные приложения, например, *Find My Phone App*, позволяющие обнаружить местонахождение аппарата с помощью другого девайса,

105

По данным SecurEnvoy. Population suffer from Nomophobia,2012 // URL: <http://www.securenvoy.com/blog/2012/02/16/66-of-the-population-suffer-from-nomophobia-the-fear-of-being-without-their-phone/>

106

Damon P. The Cost of Losing Your Smartphone // Pcmag.com, 11.05.13//URL: <http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2418842,00.asp>

благодаря технологиям геолокации. Некоторые приложения даже позволяют включить звуковой сигнал на утерянном девайсе. А различные *lockout*, то есть защитные программы, с помощью которых владелец удаленно может заблокировать свой девайс или даже удалить все данные, записанные на нем, позволяют пользователям не волноваться о том, что личная информация попадет в руки злоумышленников.

Развитие технологий, которые способствуют сохранению информации во времени, можно объяснить тем, что, имея в своем распоряжении по большей части только пространственные медиа, современный человек пытается создать медиум, способный также сохранить информацию во времени.

Другим видом расширения человеческой памяти и ее слияния с памятью медиума, который использует человек, является формирование мышления, которое можно условно назвать «Google it!» (от назв. самого популярного в мире сервиса поисковой системы). Главной особенностью такого мышления является отождествление собственных знаний и информации, хранящейся в сети. Подключение девайса к интернету делает возможным за считанные секунды получить любого рода информацию из всемирного банка знаний, накопленных за всю историю человечества, совершенно закономерно у пользователя возникает ощущение, что эти знания принадлежат и ему в том числе. Согласно статистике американской маркетинговой компании On target web solutions<sup>107</sup> (См. табл. 1), опубликованной в 2011 году, в Google поступает 34,000 запросов каждую секунду, 2 млн. в минуту, 121 млн. в час, 3 млн. в день, 88 млрд в месяц, что подтверждает положение о том, что мышление человека меняется и люди теперь в большей степени полагаются не на собственную память, а на «всемирную», сформировавшуюся в сети Интернет.

	в секунду	в минуту	в день	в месяц
Google	34 тыс.	2 млн.	121 млн.	88 млрд.

---

107

По данным On Target Web Solutions, 06.09.11 //URL: <http://ontargetwebsolutions.com/search-engine-blog/orlando-seo-statistics>

Современные технологии дают пользователям возможность создать резервную память и универсальную базу данных внутри своего электронного девайса, таким образом происходит «расширение» человека в его гаджет. Так же расширяет человеческую память и использование Интернета как «общей» памяти, принадлежащей всем тем, кто имеет к ней доступ. Таким образом, пользователь привыкает к средствам коммуникации и полагается на свои девайсы настолько, что боится утратить с ними часть важной информации и знаний - часть собственного сознания. Потеря данных или мобильного девайса приводит к частичной информационной амнезии. Поэтому сегодня создаются новейшие технологии, гарантирующие последующее восстановление важной информации, а человек, таким образом, становится участником медийной «конвергенции».

Современные аналитики в сфере технологий утверждают, что данная тенденция будет только развиваться. По прогнозу IBM<sup>108</sup>, сделанному в прошлом году, в течение пяти лет технологические инновации сделают средства коммуникации способными гораздо сильнее расширять все наши чувства. В частности, мы сможем физически осязать вещи, которые видим на экране, видеть «невидимое» посредством компьютера, понимать звуки подобно тому, как мы понимаем речь (например, плач ребенка в момент потребности в чем-либо) и даже чувствовать через свои девайсы запахи.

А исследователи шведской компании по телекоммуникационному оборудованию Ericsson предполагают, что в скором времени человек сам сможет стать медиумом, и даже разработали концепцию коммуникаций через тело человека «Connect Me». *«Представьте, что можно отпереть дверь, взявшись за ручку, подтвердить покупку прикосновением к кассовой стойке, обменяться визитками, пожав руки, или подключиться к принтеру, просто*

---

108

IBM. 5 in 5, 12.17.12.// URL:

[http://www.ibm.com/smarterplanet/us/en/ibm\\_predictions\\_for\\_future/ideas/](http://www.ibm.com/smarterplanet/us/en/ibm_predictions_for_future/ideas/)

*прикоснувшись к нему. В будущем станут возможными более сложные варианты применения, например, встроенные медицинские приборы или печатная электроника, которая позволяет переходить по ссылкам, получать и загружать информацию простым касанием листа бумаги»<sup>109</sup>.*

Таким образом, мы можем видеть, что тенденция «конвергенции» человека и медиума на сегодняшний день находится на начальной стадии, но по прогнозам, продолжит развиваться и, возможно, приведет к их полному слиянию. А пока расширение органов чувств и памяти человека в медиум ведет к эволюции отношений между человеком и медиа, а также образованию нового типа социальной инфраструктуры, который можно условно называть «нервной системой человечества».

## **§7. «Мобилизация»: «вне времени, вне пространства»**

Одним из главных направлений развития современной медиа-системы является мобильная связь. Современная мобильная связь представляет собой качественно новый уровень инфо-коммуникационной среды, порожденный повсеместным распространением скоростного Интернета и конвергенцией. Несколько лет назад словосочетание «мобильная связь» означало нечто, весьма отдаленно похожее на то, чем она является сегодня. Оно представляло

---

109

Ericsson, Connect Me //URL: <http://www.ericsson.com/ru/urban/>

технологии радиосвязи, благодаря которой люди могли только звонить друг другу и пользоваться сервисами SMS-услуг.

Революционной инновацией, серьезно изменившей образ жизни и мышление людей в XXI веке, стали технологии мобильной связи третьего и четвертого поколения 3G (от англ. third generation) и 4G (от англ. fourth generation).

В отличие от первого поколения аналоговых сотовых сетей, предполагающих наличие только радиосвязи между абонентами, вне зависимости от их местоположения, мобильная связь третьего и четвертого поколения также предполагает наличие высокоскоростного доступа к сети Интернет. И это является ключевым моментом в организации современной инфо-коммуникационной среды, меняющим представления человека об окружающем мире.

Согласно исследованию американской компании Ericsson<sup>110</sup>, мировой уровень проникновения мобильной связи в 2012 году составил 89%. А по результатам опроса американской компании Nielsen<sup>111</sup> 2013 года, абсолютное большинство населения стран мира имеет мобильные телефоны. (См. Табл. 5.)

Страна	Имеют мобильный телефон
Южная Корея	99%
Россия	98%
Великобритания	97%
Италия	97%
США	94%
Китай	89%

---

110

Ericsson, Mobility report 2012//URL: <http://www.ericsson.com/res/docs/2013/ericsson-mobility-report-february-2013.pdf>

111

Neilsen. The Mobile Consumer. A Global snapshot 2013 <http://www.prepaidmvno.com/wp-content/uploads/2013/02/Mobile-Consumer-Report-2013.pdf>

Австралия	86%
Бразилия	84%
Индия	81%

#### **Таблица**

Долгое время смартфон оставался уникальным по своему удобству компьютерным средством коммуникации. Однако в последние годы широкое распространение также получили так называемые «планшеты», которые сочетают в себе функции смартфона и компьютера. Техническое усовершенствование портативных средств коммуникации и появление мобильной связи третьего и четвертого поколения, предполагающее доступ к скоростному Интернету, обусловили появление новой тенденции развития медиа – «мобилизации».

Распространение огромного количества различных портативных средств коммуникации с легким доступом в Интернет и успешное освоение их современным человеком спровоцировало рост различных программ, созданных для повышения комфорта пользователей.

К такого рода программам можно отнести приложения для смартфонов и планшетов. На сегодняшний день существует крайне широкий спектр таких приложений, упрощающих и ускоряющих выполнение различных задач, выполнение которых раньше было ограничено временными рамками и требовало физического перемещения.

В качестве одного из самых ярких примеров можно привести технологию мобильного банкинга, которая в последнее время получила широкое распространение и существенно упростила процесс операций с личными счетами и банковскими данными пользователей. Чтобы произвести сегодня перевод денежных средств с одной карты на другую или оплатить счета пользователю не нужно тратить время на то, чтобы физически появиться в банке, достаточно скачать соответствующее приложение на свой портативный девайс и осуществить желаемую операцию.

Популярные приложения для портативных устройств можно разделить на пять категорий:

- игры и развлечения, на которые, согласно данным Harvard business review,<sup>112</sup> владельцы портативных девайсов тратят 42% от общего времени использования устройства
- общение в социальных сетях 31% (особенно в Facebook)
- вспомогательные приложения: карты, часы, календари, e-мейл мессенджеры
- тематические базы данных, к которым относятся Yelp, TripAdvisor, and Flixster
- приложения различных брендов, таких, как Nike и Red Bull

Мобильные приложения стремятся охватить как можно больше сфер деятельности человека, сосредоточив все необходимые инструменты для быстрого осуществления рядовых (и не только) задач на портативном устройстве. Новые удобные способы выполнения различных задач очень быстро адаптируются пользователями. В последнем квартале 2012<sup>113</sup> года количество новых подключений к мобильной связи увеличилось на 140 млн абонентов. На 70 млн выросло количество подключений к 3G, что составляет 80% от всего прироста, и на 43 млн увеличилось количество подключений к 4G. Важным показателем является то, что 15-20% (125 млн) всех подключений к широкополосному доступу, согласно исследовательскому отчету, было осуществлено посредством мобильных телефонов, смартфонов и планшетов.

Используя мобильные девайсы, человек привыкает к тому, что справляться с различными задачами можно быстро и практически из любой точки в пространстве. Это приводит к тому, что пользователь, стараясь сэкономить время, стремится к максимально быстрому выполнению дела или нескольких

---

112

Gupta S. For Mobile Devices, Think Apps, Not Ads // Harvard Business Review, march 2013 // URL: <http://hbr.org/2013/03/for-mobile-devices-think-apps-not-ads/>

113

Ericsson. Mobility report 2012//URL: <http://www.ericsson.com/res/docs/2013/ericsson-mobility-report-february-2013.pdf>

одновременно. Все процессы в жизни ускоряются, а в пространстве для человека становятся одновременными. Восприятие окружающего мира становится подобным тому, каким было до возникновения письменности и приобретения человеком понятия о линейности времени.

«Мобилизация» как тенденция развития современных медиа ведет к тому, что сам человек становится «мобильным», то есть практически независимым от реальных времени и пространства. Поэтому, будучи 24/7 включенным в Интернет-среду для выполнения различных задач, человек становится уже не просто пользователем Интернета, а его функционирующей единицей. «Мобилизация» не только облегчает связь между людьми, но и делает устойчивыми, практически непрерывными, существующие социальные связи, что способствует установлению непрерывной коммуникации в режиме реального времени.

## **Заключение**

Сегодня стремительное развитие новых информационных технологий, ускоряющее процессы изменения мира, приводит к тому, что современный человек постоянно сталкивается с чем-то неизведанным, новым и требующим объяснения. Чтобы создать простую и ясную картину мира, в науке должны

использоваться самые эффективные инструменты. И на данный момент таким инструментом является научная метафора.

Проведенное исследование показало, что гипотеза данного дипломного сочинения соответствует действительности. Метафоры, изобретенные исследователями Торонтской школы теории коммуникации, являются эффективным аналитическим инструментом, с помощью которого можно описать и осмыслить современные процессы, протекающие в сфере медиа-коммуникаций.

В рамках основных направлений развития современной медиа-системы – Интернета, конвергенции и мобильной связи, автором данного дипломного сочинения были выделены и рассмотрены следующие тенденции: становление культуры участия, становление культуры ремикса, социализация, информатизация, персонализация, мобилизация и «конвергенция» человека и медиума.

Для описания и интерпретации каждой тенденции была выбрана одна или несколько метафор Торонтской школы, с помощью которых удалось выяснить следующее.

Метафора Маршалла Маклюэна «medium is the message» объясняет изменения, произошедшие в сознании человека с освоением такого медиума, как Интернет. Постоянно взаимодействуя с человеком, Интернет «массажирует» его чувства, что приводит к адаптации новой, «активной» модели поведения. Становясь активными, пользователи Интернета формируют совершенно новый набор установок, предписывающих определенный образ действий, что ведет к формированию новой культуры – в данном случае, культуры участия.

Тенденция становления культуры ремикса так же является закономерным последствием адаптации человеком «активной» модели поведения в сети и выходом человечества на новый виток исторической спирали, названный У. Онгом эпохой «Второй устности». Стремительное

распространение доступа к Интернету как к всемирному банку знаний, накопленных за всю историю человечества, пробудило в пользователях желание взаимодействовать с этой информацией и создавать на её основе новое знание. С точки зрения идеи, заключенной в метафоре Г. Инниса о «временных» и «пространственных» медиа, новый принцип создания произведения, узаконенный на сегодняшний день в немногих странах лицензией Creative Commons, можно расценить как попытку современного общества создать способ, с помощью которого знание можно будет сохранить во времени.

Следующей рассмотренной тенденцией развития современных медиа стала информатизация. Возможность перевода различных данных в цифровой код, понятный любому компьютерному устройству, существенно ускорила доступ к информации и облегчила способ публикации материалов. Это привело к тому, что человек, не подготовленный к обработке огромного количества данных, стал воспринимать информацию фрагментарно и поверхностно, то есть, эмоционально, «слухом». Это поспособствовало формированию новых коммуникационных практик, которые можно условно обозначить, как «новую устную» культуру коммуникации. А потребность человека в инструментах, помогающих эффективно взаимодействовать с информацией в новой инфо-коммуникационной среде, обусловила развитие новых тенденций: персонализации и демассовизации информации.

Исследование тенденции персонализации современных медиа, выявило новый пласт мощных преобразований в психологических паттернах современного человека. Очевидным последствием персонализации медиа стало формирование культуры высокого медиапотребления, когда человек приобретает навык использовать разнообразие предоставляемой инфо-коммуникационной среды с очевидной для себя «выгодой». Но, несмотря то, что человек старается «ограничить» поступление информации, отфильтровывая её часть, наличие в современных способах медиапотребления такого феномена, как ««The Dual-Screen Experience»,

свидетельствует о том, что линейному восприятию информации современный человек предпочитает «гипертекстуальное». Это объясняется тем, что на сегодняшний день, находясь на исторической ступени, метафорически названной эпохой «Второй устности», человечество все больше укрепляется на ней в своих позициях и приобретает все больше характеристик, присущих эпохе первичной устности, к которым в том числе относится и гипертекстуальность мышления.

Социализация медиа, и в особенности появление и развитие социальных сетей, вывело на новый уровень форму коммуникационного дискурса, названную У. Онгом «Второй устностью». Существенно увеличившиеся возможности осуществления коммуникации стали причиной объединения разных людей в «воображаемые сообщества», и, как результат, причиной формирования в современном обществе новой информационной культуры, а также «нового» социального субъекта – «информационного племени». По утверждению некоторых учёных, в современное общество вернулись ряд практик и атрибутов из племенного прошлого человечества, а принадлежность к тому или иному племени стала одним из главных критериев определения личности современного человека.

Взяв за основу идею М. Маклюэна о том, что средства коммуникации расширяют нашу центральную нервную систему, была рассмотрена тенденция, метафорически названная, «конвергенцией» человека и медиума. В ходе исследования которой было выявлено, что современные компьютерные средства коммуникации помимо органов чувств являются расширением не только органов чувств, но и памяти человека, что ведет к эволюции отношений человека и медиа и образованию нового типа социальной инфраструктуры, который можно условно назвать «нервной системой человечества».

Ввиду очень важной функции, последней из рассмотренных автором тенденций развития медиа стала «мобилизация». Обретая временную и

пространственную свободу в потреблении информации, пользователь все чаще может получить, обработать и отправить любой вид данных прямо здесь и прямо сейчас. Это становится возможным благодаря разработке множества мобильных приложений, развития способов использования Интернета посредством портативных устройствах и расширению зоны покрытия мобильной связи третьего и четвертого поколения. «Мобилизация» медиа не только облегчает связь между людьми, но и делает устойчивыми, практически непрерывными, существующие социальные связи, что ведет к установлению коммуникации в режиме реального времени, и делает человека не просто пользователем сети Интернет, а его функционирующей единицей.

Необходимо добавить, что в данном исследовании были изучены *тенденции* развития медиа, а тенденции, как известно, всегда предполагают дальнейшее развитие. Это также говорит о том, что выявленные последствия влияния новых информационно-коммуникационных технологий на человека, культуру и общество на данный момент находятся на своем начальном этапе.

И, тем не менее, рассмотрев выявленные тенденции развития медиа, уже сегодня можно предположить следующее. Оказывая мощное воздействие на человека, общество и культуру, новейшие тенденции развития медиaprостранства формируют новый образ современной коммуникационной системы, который, метафорически выражаясь, функционирует по принципу **«коллективного разума»**. Технически – миллиарды людей, находящиеся в непрерывной коммуникации, подобны миллиардам нейронов; сообщения, транслируемые посредством сети Интернет (и спутника), подобны электрическим сигналам, передаваемым от одного нейрона к другому, а сама сеть Интернет – синапсу, посредством которого нейроны совершают обмен электрическими сигналами. Раньше общение людей определялось пространством и временем, но с появлением Интернета временные и пространственные границы стираются и у каждого человека появляется возможность напрямую связываться с другими людьми практически из любой точки в пространстве и времени, а еще более простой

эту связь делают социальные сети и повсеместная «мобилизация». Отсутствие каких-либо ограничений по объемам хранящейся в сети информации ведет к тому, что Сеть превращается во «Всемирное хранилище знаний», доступ к которому имеет каждый, кто может позволить себе подключение к Интернету. А «активная» модальность человеческого поведения, активирующаяся постоянным взаимодействием с Сетью, развитие технологии Web 2.0 и растущий уровень интерактивности сегодня позволяют людям не только получать уже имеющиеся информацию и знание, но также «редактировать» их или участвовать в создании нового знания. Об этом свидетельствует развитие «культуры ремикса», которая по своей сути является ничем иным, как проявлением «коллективного» творчества.

Функционирование коммуникационной системы по принципу «коллективного разума» также предполагает совершенную «прозрачность», в которой происходящие процессы невозможно скрыть подобную тому, как, метафорически выражаясь, человеческий разум не может скрыть свои мысли от самого себя.

Сегодня инфо-коммуникационную систему можно назвать «коллективным разумом» не в полной мере, так как сеть Интернет пока покрывает не всю планету, а в законодательстве не урегулирован вопрос авторского права, которое в серьезной степени затрудняет поступление нового знания в Сеть. Однако рассмотренные в данном исследовании тенденции показывают, что такой принцип функционирования инфо-коммуникационной системы, как «коллективный разум», представляется закономерным результатом развития медиа.

На современном этапе развития медиа мы также можем говорить о том, что основные положения коммуникационной теории Торонтской школы в целом сходятся с основными идеями В.И. Вернадского об ноосфере, в которых революционное усовершенствование средств коммуникации является причиной создания единой информационной системы, стирающей

физические расстояния и предоставляющей беспрецедентные возможности распространения знания и взаимодействия с ним, и формирования совершенной системы контроля над людьми.

## **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

*На английском языке:*

**Babe Robert E.** Harold Innis and the Press // URL: <http://www.fifth-estate-online.co.uk/comment/haroldinnisandthepress.html>

**Bounegru L.** Secondary Orality in Microblogging //New Media & Digital Culture M.A., University of Amsterdam, 13.10.08 // URL:

<http://mastersofmedia.hum.uva.nl/2008/10/13/secondary-orality-in-microblogging/>

**Bowman Sh., Willis Chr.** We Media. How audiences are shaping the future of news and information. The Media Center at the American Press Institute // URL: [http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf)

**Browson W.** New Media Literacy in era of Secondary Orality // 09.05.10 // URL: [http://www.academia.edu/518533/New\\_Media\\_Literacy\\_in\\_an\\_Era\\_of\\_Secondary\\_Orality](http://www.academia.edu/518533/New_Media_Literacy_in_an_Era_of_Secondary_Orality)

**Chesher Chr.** Binding Time in Digital Civilisations: Re-evaluating Innis after New Mediamore // Global Media Journal (23.06.09) // URL: [http://www.academia.edu/191219/Binding\\_Time\\_in\\_Digital\\_Civilisations\\_Re-evaluating\\_Innis\\_after\\_New\\_Media](http://www.academia.edu/191219/Binding_Time_in_Digital_Civilisations_Re-evaluating_Innis_after_New_Media)

**Derrick de Kerchhove** McLuhan and the «Toronto school of communication» // Canadian journal of communication/ Special Issue P. 73 – 79. (PDF-file)// URL: [https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.cjc-online.ca%2Findex.php%2Fjournal%2Farticle%2Fdownload%2F533%2F439&ei=N5SUUe6DO4HW4ATcv4AY&usg=AFQjCNEVakX5ZwBpwchdm2yJntHy7lbsfA&sig2=6TR0DAxXQiShoT-qZ\\_x9Ng&bvm=bv.46471029,d.bGE&cad=rjt](https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.cjc-online.ca%2Findex.php%2Fjournal%2Farticle%2Fdownload%2F533%2F439&ei=N5SUUe6DO4HW4ATcv4AY&usg=AFQjCNEVakX5ZwBpwchdm2yJntHy7lbsfA&sig2=6TR0DAxXQiShoT-qZ_x9Ng&bvm=bv.46471029,d.bGE&cad=rjt)

**Ferris, S. Pixy and Hilary Wilder.** Uses and Potentials of Wikis in the Classroom. // Journal of Online Education – 2006. – 30 Mar. 2010 // URL: [http://www.innovateonline.info/pdf/vol2\\_issue5/Uses\\_and\\_Potentials\\_of\\_Wikis\\_in\\_the\\_Classroom.pdf](http://www.innovateonline.info/pdf/vol2_issue5/Uses_and_Potentials_of_Wikis_in_the_Classroom.pdf)

- Gordon R.** The meaning and implications of convergence // Digital Journalism // Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism Edited by Kevin Kawamoto – Rowman & Littlefield Publishers, INC, 2003. – P. 57 – 73. // URL: [http://www.academia.edu/948528/Convergence\\_defined\\_The\\_Meanings\\_and\\_Implications\\_of\\_Convergence](http://www.academia.edu/948528/Convergence_defined_The_Meanings_and_Implications_of_Convergence)
- Halliday J.** London riots: how Blackberry Messenger played a key role // The Guardian, 08.08.2011. URL: <http://www.guardian.co.uk/media/2011/aug/08/london-riots-facebook-twitter-blackberry>
- Innis H. A.** Empire & Communications, – Toronto: Dundurn Press, 2007. – 287 p.
- Innis H. A.** The Bias of Communication, – University of Toronto, 1991. – 226 p.
- Jenkins H.** Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century // An occasional paper on digital media and learning // URL: <http://www.newmedialiteracies.org/wp-content/uploads/pdfs/NMLWhitePaper.pdf>
- Jaynes J.** The origin of consciousness in the breakdown of the bicameral mind, – Boston & New York: Houghton Mifflin, 1976. – 469 p.
- Jenkins H.** What is Remix Culture? An Interview with Total Recut's Owen Gallagher //02.06.08// URL: [http://henryjenkins.org/2008/06/interview\\_with\\_total\\_remix\\_ow.html](http://henryjenkins.org/2008/06/interview_with_total_remix_ow.html)
- Langham, Don.** The Common Place MOO: Orality and Literacy in Virtual Reality // Computer-Mediated Communication Magazine – 1994. – №3 // URL: <http://www.ibiblio.org/cmc/mag/1994/jul/moo.html>
- Manovich L.** New media as Remix Culture, 2004// URL: [http://iandfuture.blogspot.ru/2009/05/blog-post\\_18.html](http://iandfuture.blogspot.ru/2009/05/blog-post_18.html)
- McLuhan M., Fiore Q.** The Medium is the Message: An Inventory of Effects. – Gingko Press, 1967. – 159 p.
- Negroponte N.** Being Digital, – Coronet books, 1996. – 250 p.
- Ong W. J.** Orality and Literacy: The Technologizing of the Word, – New York: Routledge, 2002. – 202 p.

**Ong W.** Secondary Orality and Secondary Visualism // Doctor of Ministry in Preaching Seminar. // Aquinas Institute of Theology. St. Louis, MO. 6 Oct. 1994.

Presentation//URL: <http://cdm.slu.edu/cdm/singleitem/collection/ong/id/668/rec/19>

**Robert M. Fowler** How the Secondary Orality of the Electronic Age Can Awaken Us to the Primary Orality of Antiquity or What Hypertext Can Teach Us About the Bible with Reflections on the Ethical and Political Issues of the Electronic Frontier

// URL: <http://homepages.bw.edu/~rfowler/pubs/secondoral/>

**Soules M.** Harold Adams Innis: The bias of Communications & monopolies of power, Malaspina University-College, 2007. // URL: <http://www.media-studies.ca/articles/innis.htm>

<http://www.media-studies.ca/articles/innis.htm>

**Weeks, Dennis and Jane Hoogstraat**, Eds. Time, Memory, and the Verbal Arts: Essays on the Thought of Walter Ong, – London: Associated UP, 1998. // URL:

<http://books.google.ru/books?>

[id=8X8HnODTChEC&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false](http://books.google.ru/books?id=8X8HnODTChEC&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false)

*На русском языке:*

**Андерсон Б.** Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма // Библиотека Гумер. 2001.//

URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/anders/](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/anders/)

**Архангельская И.Б.** «Теория коммуникации в трудах Х.А. Инниса и Г.М. Маклюэна» // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского.

Серия Социальные науки, 2007, № 3 (8), с. 148–152 //

URL: [www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99990201\\_West\\_soc.../24.pdf](http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99990201_West_soc.../24.pdf)

**Архипов С. В.** Русский дневник Гарольда Инниса. (Путешествие из Оттавы в Москву) // URL: [http://svarkhipov.narod.ru/vipu/inn.htm#\\_edn5](http://svarkhipov.narod.ru/vipu/inn.htm#_edn5)

**Асмус А.В.** Новые медиатрансформации // Медиаскоп – 2009. – №2 // URL:

<http://mediascope.ru/node/372>

**Бакулев Г. П.** Массовая коммуникация: Западные теории и концепции»: Учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 192с.

**Баранова Е.А.** Конвергенция СМИ глазами российских журналистов – практиков // Медиаскоп – 2010. – №4 // URL: <http://mediascope.ru/node/672>

**Баранова Е.А.** Особенности влияния процесса конвергенции на газетную периодику в Великобритании // Медиаскоп – 2009. – №4 // URL: <http://mediascope.ru/node/498>

**Беззубова О.В.** Коммуникативная концепция культуры Гарольда Инниса // Портал Санкт-Петербургского отделения Российского института культурологии// URL: [www.culturalnet.ru/main/getfile/1584](http://www.culturalnet.ru/main/getfile/1584)

**Боярский А.** Пустота хуже воровства // журн. «Коммерсантъ Деньги» – 2010. – №9 (мар.) //URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1333615>

**Блум Ф., Лейзерсон А., Хофстедтер Л.** Мозг, разум и поведение: Пер. с англ. – М.: Мир,1988. – 248 с. // URL: [http://hp2.philol.msu.ru/~otipl/new/main/courses/Neirobiology/Bloom\\_Mozg-razum-povedenie.pdf](http://hp2.philol.msu.ru/~otipl/new/main/courses/Neirobiology/Bloom_Mozg-razum-povedenie.pdf)

**Будаев Э.В.** Становление когнитивной теории метафоры // Лингвокультурология. – 2007. – №1 // URL: <http://www.philology.ru/linguistics1/budaev-07.htm>

**Варганова Е.Л.** Конвергенция как неизбежность // От Книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже тысячелетий: сб. ст.– М.: Изд-во Моск. ун-та, 2000. – С. 37 – 55.

**Варганова Е.** К чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество – 1999. – № 5

**Варганова Е. Л.** Медиаэкономика зарубежных стран.– М.: Аспект Пресс, 2003. – 335 с.

**Варганова Е.Л.** От человека социального – к человеку медийному? // От книги до Интернета: десять лет спустя. – М.: Медиа-Мир, 2009. – С. 3 – 15.

**Варганова Е.Л.** СМИ и журналистика в пространстве постиндустриального общества // Медиаскоп – 2009. – №2 // URL: <http://mediascope.ru/node/352>

**Войникас Е.** От культуры ремикса к новой парадигме авторского права // Портал культурного института Федеративной Республики Германия, янв. 2013// URL: <http://www.goethe.de/ins/ru/lp/kul/dur/dig/rmk/ru10402406.htm>

**Галкин Д.В.** Техно-логика новых медиа: к проблеме генезиса цифровой культуры // Гуманитарная информатика. Открытый междисциплинарный электронный журнал. – 2005. – Выпуск 3// URL: <http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/3/gal.htm>

**Гиллмор Д.** Проще и дешевле блоггинга технологии продвижения нет! // Деловой портал, 19.11.2007//URL: <http://www.dkvartal.ru/news/den-gillmor-proshhe-i-deshevle-blogginga-texnologii-prodvizheniya-net-236575689>

**Годик Ю.О.** «Цифровое поколение» и новые медиа // Медиаскоп – 2011. – №2 // URL: <http://mediascope.ru/node/838>

**Гуменский А.В.** Миссия причастных. Эра Интернета: от текста к гипертексту // Частный Корреспондент, 11.02.2013 // URL: [http://www.chaskor.ru/article/missiya\\_prichastnyh\\_30989](http://www.chaskor.ru/article/missiya_prichastnyh_30989)

**Гуменский А.В.** Управление международной информацией. // Международные процессы. Журнал теории международных отношений и мировой политики. – 2010. – Том 8 №1 (янв. – апр.) // URL: <http://www.intertrends.ru/twenty-second/004.htm>

**Дебор Г.** Общество спектакля. / Пер. с фр./ Перевод С. Офертаса и М. Якубович. – М.: Изд-во Логос, 1999. – 224 с.

**Демина И.Н.** Массовая экономическая коммуникация в условиях модернизации общества. // Медиаскоп – 2012. – №1 //URL: <http://mediascope.ru/node/976>

**Джекобс Э.Д.** Камера смертника // Esquire, 29.01.2013//URL: <http://esquire.ru/a-j-jacob>

**Дирк Фон Гелен.** Мэшап - Доступна новая версия. // Портал культурного института Федеративной Республики Германия, окт. 2012 // URL: <http://www.goethe.de/ins/ru/lp/kul/dur/dig/rmk/ru10000175.htm>

**Ефремова Т. Ф.** Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Русский язык, 2000.

**Жилавская И.В.** Медиаповедение личности. Обретение смысла. // Медиаскоп – 2011. – №2 // URL: <http://mediascope.ru/node/786>

**Засурский И. И.** Все связано. // Частный Корреспондент, 22.04.10// URL: [http://www.chaskor.ru/article/vse\\_svyazano\\_16939](http://www.chaskor.ru/article/vse_svyazano_16939)

**Засурский И. И.** О Бенедикте Андерсоне и возникновении наций из духа литературы. // Русский журнал, 03.06.99//URL: <http://russ.ru/Mirovaya-povestka/1999-Ivan-Zasurskij-o-Benedikte-Andresone-i-vozniknovenii-nacij-iz-duha-literatury>

**Засурский И.И.** Продолжение человека // Новая газ. 2004, 17 сент. //URL: [http://www.ng.ru/internet/2004-09-17/11\\_mcluen.html](http://www.ng.ru/internet/2004-09-17/11_mcluen.html)

**Засурский И.И.** Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – 288 с.

**Засурский Я. Н.** Глобальное информационное пространство в условиях мобильной коммуникации. // Медиаскоп – 2006. – №1 // URL: <http://mediascope.ru/node/162>

**Засурский Я.Н.** Медиасистемы XXI и новая философия журналистского образования. // Информационное общество – 2005. – №1

**Засурский Я.Н.** От электронного общества к мобильному // Информационное общество – 2008. – №5-6

**Землянова Л.М.** Коммуникативистика и средства информации.– М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 416 с.

**Зольфранк К.** Ремикс – (не) искусство! // Портал культурного института Федеративной Республики Германия, окт. 2012 // URL: <http://www.goethe.de/ins/ru/lp/kul/dur/dig/rmk/ru10024622.htm>

**Интернет – СМИ Теория и практика** / под. ред. Лукиной, .– М.: Аспект Пресс, 2010. – 348 с.

**История печати: Антология.** Т. III / Сост., предисл. и коммент. Я.Н. Засурского, О. А. Бакулина. .– М.: Аспект Пресс, 2008. – 271 с.

**Кареев М.** Будущее медиапотребления: кому нужен мозг, когда есть Google? // Теории и практики, 29.04.11 // URL: <http://theoryandpractice.ru/posts/1913-budushchee-mediapotrebleniya-komu-nuzhen-mozg-kogda-est-google>

**Кастельс М.** Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А. Матвеева под ред. Харитонов. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004. – 328 с.

**Кастельс М.** Интервью: Наша жизнь-гибрид виртуального и физического пространства, 22.06.12.// URL: <http://ria.ru/interview/20120622/679289114.html>

**Кастельс М.** Информационная эпоха: экономика, общество и культура // Библиотека Гумер, 2000. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/kastel/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php)

**Кевдина Л.** Средства массовой коммуникации (СМК) как инструмент и среда формирования социальной реальности. // Медиаскоп – 2005. – №1 // URL: <http://mediascope.ru/node/175>

**Клюева Н.Ю.** Маршалл Маклюэн о культуре и коммуникации. 100-летию со дня рождения М. Маклюэна посвящается. // Медиаскоп – 2011. – №4 // URL: <http://mediascope.ru/node/917>

**Кириллова Н. Б.** Медиакультура: от модерна к постмодерну. 2е изд.; перераб. и доп. — М.: Академический проект, 2006. – 448 с.

**Кузьмина М. А.** Метафора как элемент методологии современного научного познания. // URL: <http://www.kirdina.ru/doc/news/9mar06/1.pdf>

**Константинов А., Тарсевиц Г., Торгашев А., Золотухина Д.** 10 главных метафор науки // Русский репортер. – 2012. – №18 (май) // URL: <http://www.rusrep.ru/article/print/10019159/>

**Крыштановская О.** Результаты пилотажного исследования протестного сообщества #ОккупайАбай, 12.05.12 // URL: <https://www.facebook.com/notes/ольга-крыштановская/исследование-оккупайабай/396325813739900>

**Куин С., Филак В.** Введение в конвергентную журналистику. В пер. А. Ганюшина // URL: <http://convergenclab.ru/science/investigations.html?page=1>

**Куле. К.** СМИ в Древней Греции: сочинения, речи, разыскания, путешествия.../ Пер.с франц. С.В. Кулланды, – М.: Новое литературное обозрение, 2004. – 256 с.

**Лагута О.Н.** Метафорология: теоретические аспекты. Часть 1. Новосибирск, 2003.

**Лессиг Л.** Свободная культура / Пер. с англ. – М.: Прагматика культуры 2007. – 272с.

**Лебон Г.** Психология народов и масс. - СПб.: Макет, 1995.

**Маклюэн М.** Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего. — М.: Академический проект: Фонд «Мир», 2005. — 496 с.

**Маклюэн М.** Интервью для журнала «Playboy», 1969 // Портал, посвященный Маршаллу Маклюэну. // URL: <http://www.mcluhan.ru/articles/marshall-maklyuen-intervyu-dlya-playboy-ch-1/>

**Маклюэн М.** Понимание медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – 3-е изд. – М.: Кучково поле, 2011. – 464 с.

**Ожегов С. И. и Шведова Н. Ю.** Толковый словарь русского языка. – М.: Азбуковник, 1999.

**О’Рейли Т.** Что такое Web 2.0?, 18.10.05 // URL: <http://old.computerra.ru/think/234100/>

**Платон.** Диалоги. / Пер. с древнегреч.; примеч. Л. Сумм. – М.: Эксмо, 2009. – 640 с.

**Почепцов Г.** Теория коммуникации. — М.: Ваклер; К.: Рефл-бук, 2001. — 656 с.

**Рейнгольд Г.** Умная толпа: новая социальная революция. / Пер. с англ. А. Гарькавого. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. — 416 с.

**Роуз С.** Устройство памяти. От молекул к сознанию. / Пер. с англ. — М.: Мир, 1995. — 384 с.

**Сапрыкин Ю.** Кого возьмут в будущее?, 28.04.10// URL:

<http://os.colta.ru/society/world/details/17429/?attempt=1>

**Соловьев Д.** Как меняются люди под воздействием медиа? // Cossa.ru, 15.03.12//URL: <http://www.cossa.ru/articles/234/13669/>

**Теория метафоры:** Сборник: Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / Вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; Общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. — М.: Прогресс, 1990. — 512 с.

**Уразова С.Л.** Конвергенция как фактор жизнеспособности масс-медиа в цифровой среде. Теоретический аспект. Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, 2011, № 5 (1), с. 287–293 URL: [http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99999999\\_West\\_2011\\_5/48.pdf](http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99999999_West_2011_5/48.pdf)

**Чудова Н.В., Евлампиева М.А., Рахимова Н.А.** Психологические особенности коммуникативного пространства Интернета / Проблемы медиапсихологии, сост. Пронина Е.Е. — М.: МГУ, 2001

URL: <http://evartist.narod.ru/text7/47.htm>

**Шилина М.Г.** Инновационный дискурс и институциональная коммуникация: к вопросу формирования новых направлений и методологий исследований. // Медиаскоп — 2012. — №2 // URL: <http://mediascope.ru/node/1109>

**Шилина М.Г.** Интернет-гипертекст общественных связей: характеристики, особенности, тенденции развития // Медиаскоп — 2010. — №2 // URL: <http://mediascope.ru/node/567>

**Шилина М.Г.** Интернет-коммуникация и теоретические аспекты исследований масс-медиа. // Медиаскоп — 2011. — №4 // URL: <http://mediascope.ru/node/972>

**Шпилькамп М.:** Ремикс и мэшап – можно, да нельзя. // Портал культурного института Федеративной Республики Германия, окт. 2012 URL: <http://www.goethe.de/ins/ru/lp/kul/dur/dig/rmk/ru10031125.htm>

**Эко У.** От Интернета к Гуттенбергу. //Отрывки из публичной лекции на экономическом факультете МГУ, 1998.// URL: <http://philosophy.ru/library/eco/internet.html>

**Энциклопедия эпистемологии и философии науки М.:** «Канон+». РООИ «Реабилитация». И.Т. Касавин, 2009.

*Мультимедиа:*

**Засурский И.И.** Лекция №1: Маршалл Маклюэн, Understanding media // Портал, посвященный Маршаллу Маклюэну //URL: <http://www.mcluhan.ru/articles/ivan-zasurskij-lekciya-1-marshall-maklyuen-understanding-media/>

«**Out Of Orbit**» directed by Carl Bessai. Produced by Raven West Films Ltd. in association with CBC Television (2002)

«**McLuhan's Wake**», directed by Kevin McMahon. Produced by Primitive Entertainment. Co-production with the National Film Board of Canada, in association with

**Видеозапись дискуссии:** Культура ремикса – кому принадлежит знание? // Портал культурного института Федеративной Республики Германия, окт. 2012 // URL: [http://www.goethe.de/ins/ru/lp/kul/dur/dig/rmk/ru9940270.htm?wt\\_sc=russland\\_dostup](http://www.goethe.de/ins/ru/lp/kul/dur/dig/rmk/ru9940270.htm?wt_sc=russland_dostup)

**Источники статистических данных:**

- Internet World Stats. Internet Growth Statistics, 2013 // URL: <http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm>
- Фонд Общественное Мнение. Интернет-зависимость, 2012 //URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/10872>

- Pew Internet. Trend Data (adults), 2012 // [http://pewinternet.org/Trend-Data-\(Adults\)/Online-](http://pewinternet.org/Trend-Data-(Adults)/Online-) Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism.
- The Future of News on Mobile, 2012 // URL: [http://www.journalism.org/analysis\\_report/future\\_mobile\\_news](http://www.journalism.org/analysis_report/future_mobile_news)
- Pew's State of the News Media 2012 //URL: <http://stateofthemedias.org>
- Pingdom.com. Internet 2012 in numbers //URL: <http://royal.pingdom.com/2013/01/16/internet-2012-in-numbers/>
- Портал газеты The Moscow News. Инфографика //URL: <http://themoscownews.com/infographics/20120116/189372325.html>
- I.T.U. ICT Facts and figures. World in 2013 //URL: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2013.pdf>
- International Data Corporation <http://www.idc.com/>
- CSC. Big Data Universe Beginning to Explode //URL: [http://www.csc.com/insights/flxwd/78931big\\_data\\_universe\\_beginning\\_to\\_explode](http://www.csc.com/insights/flxwd/78931big_data_universe_beginning_to_explode)
- Outsellinc. New users in 2009 //URL: <http://www.outsellinc.com/store/products/886?refid=pr886>
- Nielsen, 2011 //URL: <http://www.nielsen.com/us/en/newswire/2011/40-of-tablet-and-smartphone-owners-use-them-while-watching-tv.html>
- Nielsen. The Mobile Consumer. A Global snapshot 2013 <http://www.prepaidmvno.com/wp-content/uploads/2013/02/Mobile-Consumer-Report-2013.pdf>
- Internet Advertising Bureau. 21.11.12.//URL: <http://www.iabuk.net/about/press/archive/consumer-mobile-usage-to-increase-dramatically-by-2015>
- Lookout. Mobile Mindset study, 2012 //URL: <https://www.lookout.com/resources/reports/mobile-mindset>

- SecurEnvoy. Population suffer from Nomophobia, 2012 // URL: <http://www.securenvoy.com/blog/2012/02/16/66-of-the-population-suffer-from-nomophobia-the-fear-of-being-without-their-phone/>
- Pcmag.com. The Cost of Losing Your Smartphone, 11.05.13 //URL: <http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2418842,00.asp>
- On Target Web Solutions. 06.09.11 //URL: <http://ontargetwebsolutions.com/search-engine-blog/orlando-seo-statistics>
- Ericsson. Mobility report 2012 //URL: <http://www.ericsson.com/res/docs/2013/ericsson-mobility-report-february-2013.pdf>
- Technology Liberation Front. Some Metrics Regarding the Volume of Online Activity, 2011 // URL: <http://techliberation.com/2011/05/18/some-metrics-regarding-the-volume-of-online-activity/>