

Секция «Социологическое исследование современности: теории, методы, результаты»

Трансформация системы коммуникаций в современном обществе: человек как медиа для себя.

Научный руководитель – Кравченко Елена Ивановна

Рассадина Дарья Сергеевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: daras951@mail.ru

В 21 веке медиатехнологии охватывают практически всю социальную реальность. Они оказывают большое влияние на формирование наших жизненных стратегий. Мы способны совершать операции, недоступные ранее. К примеру, не выходя из дома, мы можем посмотреть, как живут люди в других странах, посетить виртуальные музеи, по QR-коду узнать историю какого-то здания или просто сделать коллаж из картин известных художников. Wifi, мессенджеры стали для нас обыденностью. Уже невозможно говорить о влиянии медиа на людей в нашем обычном понимании, так как медиа поглощают человека, «переваривают» его, и он сам становится медиа для себя.

Происходит грандиозная перестройка всей системы коммуникации. Истоки этого процесса описаны Маршалом Маклюэном [1, 3]. Ученый понимает медиа намного шире, для него это любая форма представления и передачи мыслительных и чувственных процессов человека. Абсолютно все медиа оказывают необратимое воздействие на людей, и это вне зависимости от информации, которую они транслируют. Изобретение фонетического алфавита, появление печатного станка, создание телеграфа - это три технологические открытия, которые деформировали гармоничный баланс всех органов чувств, которым обладали племенные люди [2]. Мир перестал быть замкнутым, открылись новые неизведанные пространства.

Генри Дженкинс считает, что в современном обществе обычное население становится таким же активным, как и люди, стоящие у власти. "Если раньше, — говорит он, — Большой Брат наблюдал за нами, то теперь мы все наблюдаем за Большим Братом и постоянно следим за тем, что он делает, мы можем его обличать" [7]. Ученый вводит термин «культура участия», имея ввиду отсутствия границ между создателем и потребителем. В построении самого контента уже заложена его направленность на определенную группу, которая, в свою очередь, приносит в него новые трансформации. В связи с этим мы получаем структуру, которая сама себя воспроизводит. Само понятие информации становится непригодным, и вся создающаяся информация становится коммуникацией.

В научной среде очень часто акцентируют внимание на качественно новой реальности. Например, В.В. Савчук утверждает, что приставка медиа добавляется ко всем привычным нам понятиям: медиаконференция, медиасфера, медиацентр и т.д [4, 5]. Нужно осознавать радикальность изменений. В современном мире не мы смотрим на образы, а образы смотрят нами. Увидев что-то однажды, мы уже не можем не замечать это впредь, как бы мы не старались. Это необратимый процесс. Таким образом, становится возможным, отодвинуть одни проблемы назад, и выдвинуть другие на первый план. Мы есть то, что мы потребляем.

Для социолога очень важно осознавать трансформации, происходящие вокруг, потому что, прежде всего, это связано с изменением социальных взаимодействий, с организацией социальных институтов, с возникновением качественно новых коллективных идей, которые движут людьми и т.д. Появляются новые виды исследований общества: Critical Code Studies, Media Studies, Software Studies, Digital Humanities и т.д.

Одно из таких направлений - Software Studies (одно из ответвлений Digital Humanities) - представляет американский ученый Лев Манович. Он связывает возникновение new media с появлением информационных технологий, а именно с логикой компьютерных программ [8, 9]. Ученым создано много проектов, в которых применены цифровые методы изучения общества. Среди самых известных Inequaligram - изучение социального неравенства в городах через СМИ [6], и Visual Earth - анализ обмена информацией по всему миру [11], Selficity - исследование саморепрезентации человека в виртуальной среде [10].

Проект Inequaligram изначально был разработан для Бродвея по заказу Нью-Йоркской публичной библиотеки. С помощью программного обеспечения анализировалось распределение мультимедийной информации по городу. Была выдвинута гипотеза о том, что развитие медиатехнологий позволяет выявить новые формы неравенства. Манович предложил термин "социальное неравенство медиа" для обозначения неравномерного распределения социальных медиа между районами. На первом этапе использовался набор данных 7,442,454 публичных геокодированных изображений Instagram на Манхэттене в течение пяти месяцев (Март-июль) в 2014 году. Первый этап был очень успешным. И было решено расширить границы изучения. Далее исследования проводились в Нью-Йорке, Бангкоке, Сан-Паулу, Лондоне.

Мы можем сделать вывод, что медиасреда не менее важна, чем политическая, культурная, географическая и т.д. Самое главное для социолога - это идти в ногу со временем, т.е. различные технологические возможности современного общества должны стать методами для исследования. Мы должны прежде всего понять, что скрывается за фасадом современной реальности. В 21 веке медиатехнологии охватывают практически всю социальную реальность. Они оказывают большое влияние на формирование наших жизненных стратегий. Мы способны совершать операции, недоступные ранее. К примеру, не выходя из дома, мы можем посмотреть, как живут люди в других странах, посетить виртуальные музеи, по QR-коду узнать историю какого-то здания или просто сделать коллаж из картин известных художников. Wifi, мессенджеры стали для нас обыденностью. Уже невозможно говорить о влиянии медиа на людей в нашем обычном понимании, так как медиа поглощают человека, «переваривают» его, и он сам становится медиа для себя.

Происходит грандиозная перестройка всей системы коммуникации. Истоки этого процесса описаны Маршалом Маклюэном [1, 3]. Ученый понимает медиа намного шире, для него это любая форма представления и передачи мыслительных и чувственных процессов человека. Абсолютно все медиа оказывают необратимое воздействие на людей, и это вне зависимости от информации, которую они транслируют. Изобретение фонетического алфавита, появление печатного станка, создание телеграфа - это три технологические открытия, которые деформировали гармоничный баланс всех органов чувств, которым обладали племенные люди [2]. Мир перестал быть замкнутым, открылись новые неизведанные пространства.

Генри Дженкинс считает, что в современном обществе обычное население становится таким же активным, как и люди, стоящие у власти. "Если раньше, — говорит он, — Большой Брат наблюдал за нами, то теперь мы все наблюдаем за Большим Братом и постоянно следим за тем, что он делает, мы можем его обличать" [7]. Ученый вводит термин «культура участия», имея ввиду отсутствия границ между создателем и потребителем. В построении самого контента уже заложена его направленность на определенную группу, которая, в свою очередь, привносит в него новые трансформации. В связи с этим мы получаем структуру, которая сама себя воспроизводит. Само понятие информации становится непригодным, и вся создающаяся информация становится коммуникацией.

В научной среде очень часто акцентируют внимание на качественно новой реальности. Например, В.В. Савчук утверждает, что приставка медиа добавляется ко всем привычным

нам понятиям: медиаконференция, медиасфера, медиациентр и т.д [4, 5]. Нужно осознавать радикальность изменений. В современном мире не мы смотрим на образы, а образы смотрят нами. Увидев что-то однажды, мы уже не можем не замечать это впредь, как бы мы не старались. Это необратимый процесс. Таким образом, становится возможным, отодвинуть одни проблемы назад, и выдвинуть другие на первый план. Мы есть то, что мы потребляем.

Для социолога очень важно осознавать трансформации, происходящие вокруг, потому что, прежде всего, это связано с изменением социальных взаимодействий, с организацией социальных институтов, с возникновением качественно новых коллективных идей, которые движут людьми и т.д. Появляются новые виды исследований общества: Critical Code Studies, Media Studies, Software Studies, Digital Humanities и т.д.

Одно из таких направлений - Software Studies (одно из ответвлений Digital Humanities) - представляет американский ученый Лев Манович. Он связывает возникновение new media с появлением информационных технологий, а именно с логикой компьютерных программ [8, 9]. Ученым создано много проектов, в которых применены цифровые методы изучения общества. Среди самых известных Inequaligram - изучение социального неравенства в городах через СМИ [6], и Visual Earth - анализ обмена информацией по всему миру [11], Selficity - исследование саморепрезентации человека в виртуальной среде [10].

Проект Inequaligram изначально был разработан для Бродвея по заказу Нью-Йоркской публичной библиотеки. С помощью программного обеспечения анализировалось распределение мультимедийной информации по городу. Была выдвинута гипотеза о том, что развитие медиатехнологий позволяет выявить новые формы неравенства. Манович предложил термин "социальное неравенство медиа" для обозначения неравномерного распределения социальных медиа между районами. На первом этапе использовался набор данных 7,442,454 публичных геокодированных изображений Instagram на Манхэттене в течение пяти месяцев (Март-июль) в 2014 году. Первый этап был очень успешным. И было решено расширить границы изучения. Далее исследования проводились в Нью-Йорке, Бангкоке, Сан-Паулу, Лондоне.

Мы можем сделать вывод, что медиасреда не менее важна, чем политическая, культурная, географическая и т.д. Самое главное для социолога - это идти в ногу со временем, т.е. различные технологические возможности современного общества должны стать методами для исследования. Мы должны прежде всего понять, что скрывается за фасадом современной реальности.

Источники и литература

- 1) Маклюэн М. Галактика Гутенберга //Сотворение человека печатной культуры. Киев.: Ника-Центр, Эльга. – 2004.
- 2) Маклюэн М. Понимание медиа //Внешние расширения человека. М. – 2003. – С. 139.
- 3) Маклюэн М. Средство само есть содержание //Информационное общество. – 2004. – С. 341.
- 4) Савчук В. В. Антология медиафилософии //СПб.: Изд-во РХГА. – 2013.
- 5) Савчук В. В. Медиареальность. Медиасубъект. Медиафилософия //Медиафилософия II. Границы дисциплины. – 2009. – С. 226-241.
- 6) Inequaligram: <http://inequaligram.net>
- 7) Jenkins H. Convergence culture: Where old and new media collide. – NYU press, 2006.
- 8) Manovich L. Software takes command. – A&C Black, 2013. – Т. 5.
- 9) Manovich L. The language of new media. – MIT press, 2001.

10) Selfiecity: <http://selfiecity.net>

11) Visual Earth: <http://visual-earth.net>