

УДК 316.77

**Мясникова Людмила Анатольевна**

д-р филос. наук, профессор, проректор  
по научной работе, НОУВПО Гуманитарный  
университет (г. Екатеринбург)  
E-mail: nauka-gu@mail.ru

**Myasnikova Lyudmila Anatolievna**

Doctor of Philosophical Sciences, Professor,  
LAU Vice-Rector on Research and Development,  
Liberal Arts University – University  
for Humanities (Ekaterinburg)

**Черепанова Татьяна Витальевна**

канд. филос. наук, НОУВПО Гуманитарный  
университет (г. Екатеринбург)  
E-mail: tat.cherepanova@mail.ru

**Cherepanova Tatyana Vitalievna**

Candidate of Philosophy, Liberal Arts University  
– University for Humanities (Ekaterinburg)

---

**ПУБЛИЧНОСТЬ В УСЛОВИЯХ  
ТРАНСФОРМАЦИИ  
СОВРЕМЕННЫХ МЕДИЙНЫХ  
КОММУНИКАЦИЙ<sup>1</sup>**

**PUBLICITY IN CONTEXT  
OF TRANSFORMATION  
OF MODERN MEDIA  
COMMUNICATIONS**

---

**Аннотация**

В статье анализируется проблема формирования публичной дискуссии и публичной сферы в современных медийных коммуникациях (прежде всего – в сетевых форматах). Выявляется распад классической модели публичной дискуссии, родившейся в эпоху Просвещения и описанной Ю. Хабермасом. Показано принципиальное отличие дискуссий и общения современных медийных коммуникационных практиках от классического варианта публичной дискуссии. Вместе с тем отмечается потребность в социальном связывании общающихся в общность и возможность формирования публичной сферы, для описания которой нужны иные критерии, нежели в классической модели.

**Ключевые слова:** публичность; публичная сфера; дискуссия; медийные коммуникации; культура.

**Abstract**

The article analyses the problem of the public discussion and the public sphere formation in modern media communications (mainly in online formats). The disintegration of the classical public discussion model, appeared in the Age of Enlightenment and described by J. Habermas, has been revealed. The fundamental difference between the modern media communication practice of discussion and socializing and the classic variant of the public discussion has been shown. It has been noted, however, that there is a need in binding the interacting subjects into the community and a possible emergence of the public sphere which requires different criteria to be described in comparison with the classical model.

**Keywords:** publicity; public sphere; discussion; media communications; culture.

---

Состояние современной культуры определенно связывают с теми изменениями, которые происходят в сфере медиа. Иначе говоря, культура XXI века – это культура новых технологий и новых медиа. «Медиация» культуры заставила по-новому осмыслить многие ее аспекты. К числу наиболее актуальных вопросов сегодня относится проблема реализации посредством новых медийных практик эффективной публичной дискуссии и формирования публичной сферы.

Вопрос о критериях и признаках эффективной публичной дискуссии всегда возвращает нас к «классическому» пониманию публичной сферы, предложенному

---

<sup>1</sup> Статья выполнена на основе диссертации Т. В. Черепановой (Черепанова Т. В. Влияние медиакоммуникаций на трансформацию публичной сферы в современной культуре : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.13 / Черепанова Татьяна Витальевна. – Омск, 2014).

Х. Арендт и Ю. Хабермасом. Классический концепт восходит к периоду эпохи Просвещения и является своего рода эталоном дискуссии в публичном пространстве, апеллируя к идеальной ситуации, в которой как равные встречаются коммуниканты и обсуждают важные в заданном смысловом поле темы, актуализированные процессами социального и культурного взаимодействия. Ю. Хабермас указывает на наличие следующих необходимых признаков публичной сферы: общезначимости обсуждаемых проблем; открытости, свободы слова и равноправия дискутирующих, их осведомленности в сути обсуждаемых вопросов; рациональности и аргументации; гражданской активности; заинтересованности участников в результате дискуссии. Цель эффективной публичной дискуссии в этом случае – достижение консенсуса в пределах intersubjectively очерченного и значащего смыслового горизонта, воплощающего единство социальной системы, как ее представляют участники коммуникативного действия.

Современные дискуссионные форматы в своей реализации во многом ориентируются на сложившийся в XIX веке концепт, однако изменившийся характер коммуникации проблематизирует возможность публичной сферы в ее классической полноте.

Критико-оценочная деятельность, конструктивная дискуссия на острые общественно-политические темы однозначного формата в медийном пространстве пока не находят. Печатные СМИ и радиостанции ориентированы, в первую очередь, на формирование повестки дня, а предпринимаемые ими попытки конструирования публичной дискуссии направлены на достаточно узкую аудиторию. Телевидение, удерживая статус самого влиятельного медийного института, формирует общественное мнение в соответствии с национально-эtabлированным типом публичности.

Самыми «живыми» и влиятельными дискуссионными площадками на сегодня являются блоги и социальные сети. Отсчет смещения дискуссионного фокуса с традиционных медийных форматов на альтернативные, сетевые, пожалуй, можно начинать с 2006–2008 гг., когда реальную популярность в Рунете обрел Facebook, а вслед за ним русскоязычные социальные сети «Vkontakte» и «Одноклассики».

И если задуматься о влиянии современных интернет-форматов на формирование общественного мнения, то очевидна тенденция использования русскоязычных социальных сетей и блогов в политических целях. Так, к примеру, протестные акции декабря 2011 года в Москве оказались возможны в масштабе всей страны именно потому, что тема митингов активно поддерживалась в Сети, пополняемая фотоотчетами участников. Пользователи активно делились новостями о предстоящих митингах, публиковали репортажи о прошедших, предлагали идеи по решению тех или иных социально-культурных вопросов и чувствовали действительно демократическое единение. Причем в рамках таких фейсбук-революций каждый позиционировал себя как неравнодушный протестующий интеллигент. «Любой мобилизации, опирающейся на новейшие медиа, предшествует своего рода “массовая интеллигентность”, которая в какой-то момент начинает действовать как самостоятельный фактор общественной жизни. Это ставит под вопрос многие клише о массовом обществе, а также представления об “иррациональной толпе” как его субъекте» [2. С. 161].

«На смену информационному интернету пришел социальный <...> Facebook стал гигантским агрегатом все более интенсивных социальных проявлений сетевой жизни на одной платформе» [6. С. 4]. В глазах активной facebook-общественности телевидение являлось выразителем, прежде всего, централизованной государственной власти в противоположность свободным коммуникативным площадкам Интернета, и «один из расхожих штампов текущих событий состоял в противопоставлении телевизионной и интернет-аудитории. Вторая пони-

мает себя как сугубо мыслящая и самостоятельная – в противоположность пассивной и оболваненной пропагандой первой» [5. С. 37].

Все вышесказанное, казалось бы, может подтолкнуть нас к выводу о формировании культуры активных политических дискуссий в интернет-пространстве, однако многие исследователи российского медийного пространства (В. Куренной, Ю. Меламед, Ю. Сапрыкин и др.) указывают на то, что возникающие обсуждения носят излишне эмоциональный характер: «Сугубо эмоциональная персонификация протеста явно доминировала над возможной дискурсивно-рациональной сложностью. И когда митинги закончились, бурная дискуссионная активность, явившаяся больше даже не причиной протестных движений, а радостной реакцией на них, постепенно спала, и вместе с ней пропало коллективное желание менять страну: дел не случилось, перепосты все больше напоминали змею, кусающую себя за хвост, обсуждение общих тем перешло в эмоциональное накручивание друг друга» [9. С. 49].

События 2014 г. в Украине вызвали такую же большую волну дискуссий в Сети. И поскольку интернет-пространство является, по сути, общим для россиян и украинцев, иницируемые модераторами дискуссии неизбежно превратились в своего рода виртуальные сражения, представляющие собой эмоциональный поток взаимных обвинений. На форумах и в блогосфере стали даже появляться призывы не допускать вульгаризации дискуссий об Украине и рекомендации для обеих сторон по ведению политически грамотных споров. Действительно, наблюдаемая конфронтация не только носит эмоциональный характер, но также подкрепляется очевидной политической неграмотностью и недостаточной информированностью большинства участников дискуссий. Складывается ощущение, что сегодня каждый (начиная с 10 лет) считает своим гражданским долгом высказаться на тему Украины или хотя бы делать регулярные «репосты».

Сегодня даже появился термин, характеризующий эту ситуацию: *слактивизм* (от англ. «sluck» – лентяй и «activism» – активизм) – форма проявления активности в Сети, не требующая от участника особых усилий, но позволяющая ощутить причастность к совершающимся переменам в обществе. Любой интернет-пользователь таким образом может виртуально радеть за решение тех или иных социальных проблем, совершая при этом минимальные действия (по большей части, это «лайки» и «репост»). «В России даже возник специфический словарь слактивиста, который шаблонно возмущается политическим режимом, картинно поражается его трусостью и требует от соратников максимального репоста» [7. С. 24]. Но как только проходит основной накал страстей и обсуждаемая проблема требует решения в реальном времени и пространстве, слактивист находит другую нишу для применения своей решительности.

Мы могли бы предположить, что эффективная публичная дискуссия в современных медиа не реализуется вовсе. Но так ли это? Ситуация неопределенности в отношении общественного дискурса характеризует не только российское медийное пространство – если мы обратимся к опыту исследования зарубежной журналистики или проанализируем трансмедийные форматы, реализуемые в мировом масштабе, то увидим похожие тенденции: системный кризис старых, классических «жанров» публичной дискуссии и, наряду с множественностью смыслов и не до конца осознанными возможностями медиасреды, общее ощущение нестабильности в отношении публичной позиции, которую может занять индивид.

Если понимать под публичной сферой некий социальный институт или же единое пространство обмена смыслами, то можно сделать однозначный вывод, что современные средства массовой информации не способны сформировать такой институт или поддерживать целостность такого пространства – его границы размываются, как растворяется стол в метафоре, предложенной Х. Арендт для

описания хрупкого конструкта публичного пространства (в терминологии Х. Арендт – «общего мира» [1]): «Ситуация здесь приближается по своей жутковатости к спиритическому сеансу, на котором собравшаяся вокруг стола группа людей внезапно видит, что стол силою какой-то магии исчез из их среды, так что теперь два сидящих друг против друга лица ничем больше не разделены, но и ничем осязаемым больше не соединены» [Там же. С. 69].

Публичность в современных ее проявлениях, действительно, сложно ассоциировать с единым пространством обмена мнениями, так же как невозможно обозначить и объединенную общими переживаниями просвещенную публику. Не случайно поэтому многие исследователи публичности (к примеру, Н. Фрэйзер [11]) склоняются к необходимости употреблять термин «публичная сфера» во множественном числе. Признание множественных публичностей автоматически снимает вопрос о возможности реализации классического концепта публичной сферы в современных медиаформатах и допускает формирование публичного дискурса в рамках отдельных групп. Но что тогда представляет собой, например, какой-нибудь форум – самостоятельную дискуссионную нишу или объединенную общими интересами тусовку? «Одни называют себя либералами, другие социалистами, третьи патриотами. Общение идет в замкнутом кругу единомышленников. Ниши уподобляются лейбницеvским монадам, наглухо изолированным от внешнего мира. Это, кстати, явная дань постмодернизму. Вспомним утверждение Ж.-Ф. Лиотара о том, что в современном мире разные группы людей ведут разные игры на разных языках» [4. С. 109].

И вместе с тем мы можем наблюдать всё возрастающее желание человека принимать участие в интерпретации реальности. При этом, как было уже отмечено выше, желание участия часто предполагает лишь желание присоединения к дискутирующей тусовке: «диагноз российской жизни – это то, что все способны на интересное неформальное общение, тусовку... а вот на создание общественной организации не способны» [10. С. 491].

Кто же сегодня участвует в формировании общественного мнения? Отвечая на этот вопрос, можно отметить, что еще в конце 1920-х гг. У. Липпман писал, что публика – «это фантом, который материализуется только время от времени» (цит. по: [Там же. С. 520]). В отношении современной «публики» сравнение с фантомом более чем эффективно. Мы умеем и хотим общаться, но лишь изредка это *общение* делает нас *обществом*. И это – неизбежное следствие эпохи модернити: если в античный период возможна была дискуссия в условиях непосредственного присутствия ее участников, то с распространением электронных медиа дискретность и плюралистичность коммуникативного процесса окончательно преобразуют публичную дискуссию. Множественность публичных дискурсов в медиaprостранстве предопределяет новые логики *присутствия*: публичная активность индивида в Сети всегда предполагает наличие *другого*, множества *других*. «В условиях, когда культурная идентичность выстраивается как фрагментированная и сложно организованная, Сеть предлагает архитектуру коммуникаций, которая отвечает этой множественной идентичности, стимулирует и усиливает ее» [3. С. 248].

Ключевая потребность, которой отвечают актуальные форматы публичной активности, – потребность в коллективной идентичности. Разные по политическим интенциям и формам организации процесса обсуждения, сообщества в Рунете сопоставимы с друг другом в аспекте ответа на основной вопрос – «кто мы, россияне?» Это особенно актуально в контексте активной работы идеологов по формированию позитивного имиджа правящей власти в Сети: создание президентского аккаунта в Твиттере, проведение интернет-конференций В. Путина и Д. Медведева, появление целого медиасектора государственных сайтов с «надежным содер-

жанием» [8]. Отчасти в ответ на стремление власти утвердиться в интернет-пространстве, в последнее десятилетие в Рунете усиливается традиционное для российской культуры противопоставление народа и власти: «юзеры пытаются вести диалог (чаще воображаемый, но иногда реальный) с властями, выстраивая в своих текстах отношения оппозиции» [3. С. 250].

Таким образом, можно сказать, что для участников дискуссий публичная сфера сохраняет статус значащей ценности: когда заходит речь, к примеру, о правомерности действий правительства, судьбе страны и т. п., публичная сфера как то, что образует коллективную идентичность говорящих в момент обсуждения, всегда имеется в виду (так же, как всегда имеется в виду потенциальный консенсус в дискуссии). Для индивида это означает возможность иметь критическую позицию в отношении власти и делить ее с другими.

Стоит отметить, что востребованные на сегодняшний день форматы публичной активности, как правило, не претендуют на аргументированное ведение дискуссии – на смену провозглашенной Ю. Хабермасом рациональности публичной дискуссии приходит эмоциональность: «на площадках интернет-дискуссий тривиальное имеет такую же силу, как и социально важное; здесь нет особого статуса у рационального и аргументированного обсуждения, но есть яростные сражения, эмоции уравниваются с логикой» [Там же. С. 15–16]. В этом контексте российское медиапространство также отличает склонность к мрачным прогнозам и негативная солидаризация пользователей [Там же. С. 189].

Те формы публичной активности, которые мы сегодня можем наблюдать в российском медийном пространстве, не имеют ничего общего с классической концепцией публичной сферы. Если попытаться применить перечисленные ранее критерии к современным коммуникативным практикам, производящим общественно значимый дискурс, то мы увидим, что не все критерии реализуются: статус публичной сферы меняется в сторону множественности смыслов, соответственно, сложно говорить и об общезначимости; включение в дискуссию не требует наличия особых знаний и осведомленности в происходящем; сохраняются открытость, свобода слова и равноправие; рациональное содержание и аргументативную манеру дискутирования сменяет эмоциональность высказываний; гражданская активность в основном получает выражение в культуре *лайков* и *репостов* (таким образом, вместо активизма имеет место слактивизм); коммуникативные процессы в Сети носят спонтанный и гипертекстуальный характер, так что результат дискуссии оказывается расплывчатым, да он и не является основной целью для коммуникантов. Само по себе участие, или даже причастность к обсуждению, – достаточный повод для продолжения разговора и развития дискуссии.

Однако, несмотря на наблюдаемую топологическую невнятность в организации публичной дискуссии в Сети, интенция к публичности имеет место. Актуальные форматы публичной активности отвечают ключевой потребности – потребности в коллективной идентичности. Сегодня мы можем диагностировать как крах классической модели публичной сферы, так и тенденции возникновения новых ее форматов, реализуемых в интернет-пространстве и выполняющих основную функцию публичной сферы – функцию социального связывания. Следовательно, имеет смысл говорить о необходимости выявления новых критериев публичной сферы, соответствующих актуальным социокультурным обстоятельствам.

### Литература

1. Арендт Х. *Vita activa, или о деятельной жизни*. – СПб. : Алетейя, 2000.
2. Вирно П. *Грамматика множества: к анализу форм современной жизни*. – М. : Ад Маргинем Пресс, 2013.
3. Зверева В. Сетевые разговоры : Культурные коммуникации в Рунете // *Slavica Bergensia*. – 2012. – № 10.
4. Красин Ю. А. Главное – сохранять и расширять публичную сферу // *Публичная политика : сборник статей / под ред. А. Ю. Сунгурова*. – СПб. : Норма, 2004.
5. Куренной В. Новая городская романтика. Политические и культур-социальные аспекты новейшего российского протеста // *Логос*. – 2012. – № 2. – С. 30–45.
6. Кушнарева И. Ко всему приделать лайки // *Логос*. – 2012. – № 2. – С. 3–9.
7. Мартынов К. От slackтивизма к республике // *Логос*. – 2012. – № 2. – С. 19–27.
8. Реут О. Агрессивный астротерфинг // *Русский журнал*. – 2011. – URL: <http://www.russ.ru/pole/Agressivnyj-astrotorfing> (дата обращения: 01.12.2014).
9. Сапрыкин Ю. Котик сдох. Что осталось от фейсбука // *Коммерсант*. – 2012. – № 49. – URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2091797> (дата обращения: 01.12.2014).
10. Хархордин О. В. *От общественного к публичному : колл. монография*. – СПб. : Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2011.
11. Fraser N. *Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy* // *Habermas and the Public Sphere / ed. by C. Calhoun*. – Massachusetts, 1992.