НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ СТАТЬЯ
УДК 32.07



# МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ — ПРИВИВКА ОТ ТОТАЛИЗИРУЮЩЕГО ДИСКУРСА МЕДИА

АЛЕКСАНДР АЛЬБЕРТОВИЧ КАЛМЫКОВ

Академия медиаиндустрии, Москва, Россия, *alex.kalmykov@gmail.com*

***Аннотация.*** *В работе обсуждается роль медиаобразования в эпоху усиления информационно-коммуникативного воздействия на аудитории, в частности, усиления вовлеченности в тоталитарный дискурс, описанный М. Фуко. Показано, что медиаобразование на ранних этапах может способствовать снижению негативных последствий этого.*

***Ключевые слова:*** *медиа, тоталитарный дискурс, медиаобразование*

***Для цитирования:*** *Калмыков А. А. Медиаобразование — прививка от тотализирующего дискурса медиа // Вестник Академии медиаиндустрии. М. : Академия медиаиндустрии, 2023. № 3 (35). С. 77–88.*

## MEDIA EDUCATION — INOCULATION FROM THE TOTALIZING DISCOURSE OF MEDIA

ALEXANDER A. KALMYKOV

Academy of Media Industry, Moscow, Russia, *alex.kalmykov@gmail.com*

***Abstract.*** *The paper discusses the role of media education in the era of increasing information and communication impact on the audience, in particular, the involvement in the totalitarian discourse described. It is shown that media education in the early stages can help reduce the negative consequences of this.*

***Keywords:*** *media, totalitarian discourse, media education*

***For citation:*** *Kalmykov A. A. Media Education — Inoculation from the Totalizing Discourse of Media // Bulletin of the Academy of Media Industry. Moscow : Academy of Media Industry, 2023. No. 3 (35). P. 77–88.*

© Калмыков А. А., 2023
© Академия медиаиндустрии, 2023

Медиа, помимо своей основной социальной задачи, конечно же, могут быть использованы в образовании в качестве инструментов для развития навыков анализа, критического мышления, творческого подхода к решению задач. Они могут помочь развивать навыки коммуникации, в том числе работу в команде и умение представлять свои идеи. Позитивная роль медиа в рамках медиаобразования еще и в том, что в современном обучении они могут позволить создавать более привлекательную и инновационную обстановку. Однако все это при условии правильной постановки образовательных задач в поле медиа и медийных задач в поле образования.

Особую роль в этом могут сыграть студенческие СМИ — медиаресурсы, созданные студентами для общения, информирования и поддержки учебного процесса. Они могут включать в себя газеты, журналы, радио и ТВ, а также онлайн-платформы и блоги. Иными словами, весь доступный спектр медийных инструментов. Речь идет здесь как об имитации профессиональной медийной деятельности, так и, в некоторых случаях, деятельности, вполне соответствующей цеховым профессиональным стандартам.

Подобные образовательные ресурсы, помимо прочего, могут оказаться способны осуществлять своего рода профилактику развитию тоталитарного дискурса и зависимости от него. Что очень важно для человека, погружаемого в современную медиареальность, особенно для молодого человека.

Тоталитарный дискурс, как известно, является следствием особого конструктивистского отношения к реальности, а то, что данная нам реальность воспринимается как конструкцией идея, не новая. Она давно прописалась и в научном, и в обыденном дискурсе современности. Реальность представляется суммой интерпретаций, предлагаемых множественными информационно-коммуникативными практиками, приходящих по множественным каналам СМИ, а не итогом нашего личного осмысления происходящих событий и личного опыта. Это множество интегрированных интерпретаций почти тождественно обобщенному понятию «медиа».

Медиа конструирует и сценирует как бы происходящее, презентуя его в информационно-коммуникативной форме. У личности в этой ситуации остается все меньше возможностей прорисовывать собственную картину мира, не искаженную внешними медиафакторами.

То, из чего складывается картина мира у современного человека, превращает эпистему обыденности в набор не связанных друг с другом,

в каждой точке разрывных, знаниевых фреймов-клипов, подобных бодрийяровским симулякрам. Таков в общих чертах медиаландшафт современности, насыщенный новейшими информационно-коммуникативными технологиями. Они рассказывают нам о реальности, чем и погружают в тоталитарный дискурс, по крайней мере, в том смысле, как это понятие трактовал Мишель Фуко.

«Тоталитарный дискурс» ввел Мишель Фуко [1] в своих работах о власти и знании, где он описывает его как особый тип власти, который строится на контроле над сознанием и мыслью людей.

Тоталитарный дискурс Фуко определяется тремя главными характеристиками.

1. Контроль над знанием. Тоталитарный дискурс стремится контролировать все знания, которые могут быть доступны людям. Он определяет, что можно знать и как это знание должно интерпретироваться.
2. Определение истины. Тоталитарный дискурс определяет, что является истиной и что должно быть принято как таковое. Он стремится привести в соответствие все мысли и идеи с полагаемой истиной.
3. Контроль за языком. Тоталитарный дискурс стремится контролировать язык, который используют люди. Он определяет, какие слова и выражения можно использовать, а какие — запрещены.

Тоталитарный дискурс особенно актуален в контексте политических режимов, которые стремятся полностью контролировать мышление и поведение своих граждан. Следует отметить, что тоталитарный дискурс не есть следствие «злой воли» власть имущих, а логическое следствие развития коммуникативных технологий. С другой стороны, ничто не мешает власти воспользоваться этими следствиями для диктата определенных идеологических доктрин. Что мы сейчас и наблюдаем в так называемом демократическом и либеральном мире. В любом случае свобода мысли и слова — это важнейшие ценности, которые приходится вновь защищать.

Можно согласится с Ж. Бодрийяром, который полагал, что «дискурс Фуко — зеркало тех стратегий власти, которые он описывает», этот дискурс «обладает не большей истиной, чем любой другой», но сила

[1] См. *Фуко М.* Археология знания / Перевод М. Раковой, А. Серебрянниковой ; Вступ. ст. А. Колесникова. СПб., Гуманитарная Академия, 2004. URL: https://gtmarket.ru/library/basis/6850 (дата обращения: 19.07.2023).

его заключается в анализе, очень тонко раскрывающем грани своего объекта, «с тактильной и в то же время тактической точностью, где аналитическая сила поддерживается силой соблазна и сам язык производит новые виды власти»; сама композиция работ Фуко демонстрирует «генеративную спираль власти — уже не деспотичное построение, но непрерывное разветвление, свертывание, строфу, развертывающуюся все шире и строже, без истока (и катастрофы)»[2].

Впрочем, подобное отношение к реальности с ее констатацией тотальной медиированности и абсолютным релятивизмом, приводящим к отказу от самого понятия истины, свойственно не только постмодернистской философской традиции.

Представители Франкфуртской школы (М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Г. Маркузе, Э. Фромм, с 60-х гг. — Ю. Хабермас.) утверждают реализацию организованности современного общества посредством экономико-технического координирования за счет манипуляции потребностями. В результате происходит перманентная индустриализации культуры. Духовная продукция культуры превращается в товар, представленный на рынке ради получения прибыли. Подобное приводит к стандартизации и стереотипизации культуры. Побочным эффектом является замещение масскультурой ее высоких образцов.

Само понятие «индустрия культуры» отправляет культуру в сферу рыночной экономики, более того, заставляет рассматривать ее как отдельную отрасль экономики, ответственную за производство и реализацию так называемых духовных товаров и услуг: книг, фильмов, музыкальных произведений, телевизионных программ и т. д. Этим индустрия культуры, подобно воронке, втягивает в себя и все возможные формы искусства. В широком плане все это относится к медиа, в узком смысле медиа вместе с системой массовой коммуникации является частью индустрии культуры.

Индустрия культуры является многомиллиардным рынком, который направлен на удовлетворение широкого спектра интересов и потребностей потребителей. Она включает в себя множество компаний, которые создают, производят и распространяют культурную продукцию.

Одним из основных факторов успеха индустрии культуры является ее способность адаптироваться к изменяющимся потребностям и вкусам потребителей. Например, с развитием интернета и цифровых технологий индустрия культуры стала все больше ориентироваться

[2] См. *Бодрийяр Ж.* Забыть Фуко / Пер. с франц. Д. Калугина. СПб. : Владимир Даль, 2000. 96 с. ISBN: 5-93615-009-7, 2-7186-0060-8.

на онлайн-платформы для распространения своих продуктов. Обратной стороной высокой степени адаптации продуктов индустрии культуры к требованиям своих потребителей является появление механизмов изменения самих потребителей с целью достижения соответствия условий производства условиям потребления. Это неизбежно ведет к снижению качества продукции и воспитанию все менее требовательного читателя, зрителя, слушателя. В этом, собственно, и заключается токсическая сущность тоталитарного дискурса.

Через стереотипизацию и стандартизацию культуры осуществляется отказ от факторов неповторимости и уникальности присущих ей произведений и в целом к потере адекватных представлений о реальности, приятию опыта опосредованному медиа.

Опосредованный медиаопыт (как института индустрии культуры), усвоенный индивидом, в итоге нарушает процессы социализации, в обществе, а значит, является угрозой его существования и воспроизводства. Примером может служить, в сущности, антисоциальный феномен расширения влияния ЛГБТ+ ценностной матрицы, укоренившийся в Западной цивилизации.

Индустрия культуры, с одной стороны, приводит к атомизации общества, ослаблению межличностных коммуникаций, взаимному отчуждению индивидов, утрате чувства солидарности, с другой — формирует так называемую модель муравейника (человейника). В частности, имеет место возрастание роли жесткой социальной иерархии, фиксирующей различные уровни достатка, власти и привилегий, при постепенном отказе от каких-либо форм социальных лифтов.

Ценность «свободы выбора» в человейнике постепенно превращается в рудимент, а главной внешней функцией СМИ становится развлечение, максимально заменяющее мышление и воображение. При этом внутренней истинной задачей СМИ остается культивирование и поддержка сложившейся иерархической структуры общества. Эта задача решается медиа все более успешно по мере совершенствования информационно-коммуникативных технологий.

Так технологическая реальность в ее социально-психологической ипостаси вторгается в личное внутреннее пространство человека, полностью заполняя его и подчиняя личность доминирующему тоталитарному дискурсу.

Неплохой иллюстрацией этого процесса является «жизненный мир» Ю. Хабермаса. Это мир общественного опыта, в котором мы живем, общаемся друг с другом, строим отношения, формируем культуру

и создаем идентичности. За рамками остается проблема понимания, которая решается через интерпретационные усилия с целью выявления смыслов сообщений, полученных через медиа. Их совокупность как раз и складывается в «жизненный мир» участников коммуникации. В этом плане социальные процессы (процессы интеграции, социализации, институциализации) протекают с необходимостью в проинтерпретированной культурно-коммуникативной сфере. Именно отсюда вытекают хабермаские определения культуры и общества: «Культурой я называю запас знания, из которого участники интеракции, стремясь достичь понимания относительно чего-либо в мире, черпают интерпретации. Обществом (в узком смысле слова понимаемом как один из компонентов жизненного мира) я называю легитимные системы, ставшие источником опирающейся на принадлежность к тем или иным группам солидарности для вступающих в межсубъектные отношения участников коммуникативных действий»[3].

«Коммуникативное действие» определяется как социальный механизм сохранения или обновления консенсуса как основного фактора солидарности и стабильности общества в соответствии с хабермасовской трактовкой действия через понимание.

Мы наблюдаем здесь конструкционистское отношение к реальности, которое в социопсихологическом плане приобрело название социального конструкционизма. Его автором считается К. Джерджен. На социальный конструкционизм следует обратить внимание в нашем разговоре о тоталитарном дискурсе, поскольку «социальный конструкционизм — это широкое мультидисциплинарное интеллектуальное движение, которое объединяет, благодаря своим базовым мировоззренческим постулатам, психологов, социологов, антропологов, социолингвистов, этнографов, историков культуры, акцентирующих историческую подвижность и культурную гетерогенности социальных категорий и понятий»[4].

Смысловым ядром этого направления можно считать постулирование коммуникативной природы знания, «это означает рассмотрение знания как побочного продукта не индивидуальных сознаний, а коммунальных отношений... все значащие пропозиции, касающиеся

[3] См. Современная западная теоретическая социология : реф. сборник // Под ред. Н. П. Поляковой. Вып. 1. Ю. Хабермас. М. : ИНИОН, 1992. 134 с.

[4] *Якимова Е. В.* Социальное конструирование реальности: социал.-психол. подходы : науч.-аналит. обзор / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. социологии и социал. психологии. М. : ИНИОН, 1999. 115 с.

реального и правильного, имеют своим истоком отношения»[5]. Здесь вполне конструкционистский подход, он оказывается достаточно продуктивен для анализа медийных явлений, однако знание при таком подходе лишается и эмпирических, и внеэмпирических содержаний. Оно становится предметом конструирования в границах информационно-коммуникативных практик, то есть внутри медиа. Получается, что медиа начинает претендовать на место, ранее занимаемое социальными институтами науки и образования, нивелируя этим их нормирующую функцию. Релятивистская природа медиа оказывается в позиции противостояния нормативной природе образования и науки. Это приводит не только к шизофреническому расщеплению знания и социальных отношений, но и искажению актуального представления о реальности, которое с необходимостью предполагает включения фактора конструируемости. Получается, что без концепта конструируемости сегодня реальность просто не может быть осмыслена.

Спорность и неоднозначность концепта социального конструкционизма не мешает признать то, что действительно в информационных пространствах современности объективно происходит расширение и усиление мощности множественных информационно-коммуникативных практик. Можно и в самом деле говорить о новом цивилизационном вызове информационно-коммуникативного пространства, направленного как каждому современному человеку, так и целым социальным институтам, и прежде всего институтам образования и науки.

Отсюда формируется социальная потребность, также новая, выработки культурных норм восприятия посланий различных информационно-коммуникативных практик — журналистики, PR, рекламы, политики, образования. То, что объединяет эти функционалы, называется медиакультурой. Она становится императивным качеством современника. Только обладая ею, личность сможет противостоять форматирующему действию медиа, с одной стороны, а с другой — обеспечит качество производимого медиапродукта. Возникает парадоксальная ситуация: источником тоталитарного дискурса является медиа со своими технологиями, а защита от тоталитарного дискурса возможна тоже при помощи медиа, точнее медиакультуры. Медиакультура — это совокупность знаний, умений, навыков и ценностей, связанных с использованием и восприятием медиапосланий. Она включает в себя

[5] *Джержен К. Дж.* Социальное конструирование и педагогическая практика / Образовательные практики: амплификация маргинальности. Альманах № 4. Минск : Технопринт, 2000. С. 74. Серия : Университет в перспективе развития.

понимание технологий, использования и функционирования медиа, а также знание основных принципов журналистики, рекламы, PR и других сфер, связанных с медиа. В современном мире медиакультура является неотъемлемой частью общей культуры личности. Вместе с тем медиакультура — это особый тип культуры информационной эпохи, являющейся посредником между обществом и государством, социумом и властью, но главное — между медиа и личностью. Медиакультуру можно определить как совокупность информационно-коммуникативных средств и практик, опосредованных ими материальных и интеллектуальных ценностей, а также эпистемологических медиаобразований (эпистем массмедиа). Медиакультура подразумевает нормы передачи информации и ее восприятия; то есть способность личности воспринимать, анализировать, оценивать, а также заниматься медиатворчеством, адаптироваться к меняющейся медиасреде.

Очевидно, что для широкого формирования медиакультуры собственно медиа явно недостаточно. Требуется как минимум процедуры и технологии медиаобразования. В качестве одного из перспективных направлений, которое следует упомянуть, студенческие СМИ. Они предоставляют возможность студентам не только получить опыт в журналистике и производстве иных медиапродуктов, но и обеспечивают платформу для выражения своих мнений, идей и творческих проектов. Они также могут стать важным каналом связи между студентами и университетскими администрациями и организациями, а также вести общественно-политическую деятельность.

А главное, как пишет профессор Канадского университета Британской Колумбии Ю. Л. Эллис Ли о компетенциях медиаграмотности: «Критическое понимание воздействия средств массовой информации: умение самостоятельно регулировать влияние СМИ на жизнь индивида и общества в целом; понимание функционирования средств массовой информации и методов, используемых в средствах массовой информации; медиааналитические навыки: грамотный анализ различных видов сообщений СМИ (в особенности скрытых сообщений); критическая оценка средств массовой информации: умение использовать критические стандарты для оценки эффективности средств массовой информации»[6] и т. п.

[6] *Lee Alice Y. L.* Media education, critical citizenship and public sphere: The ideal and practice of media education in Hong Kong // The Chinese Journal of Communication and Society, No. 3, 2007. P. 134–155. Цитируется по *Михеева Г. Н.* Медиаобразование: новые подходы и аудитории // Медиа. Информация. Коммуникация. Вып. 20. 2017. URL: https://sciup.org/147218028 (дата обращения: 19.07.2023).

Можно вполне согласиться с профессором Ю. Л. Элис Ли, что «медиаграмотный человек должен обладать на полупрофессиональном уровне этическими принципами журналистики и способностью мудро и конструктивно применять в повседневной жизни те сведения, которые были получены из средств массовой информации».

В своей концентрированной форме созидательная энергия медиаобразования широко проявляет себя в рамках образовательных коммуникативных проектов. Они являются эффективным инструментом формирования знаний и навыков у студентов в высшей школе. Однако чтобы эти проекты были максимально эффективными, необходимо их позиционировать в правильном контексте. Или в полной мере правильно использовать медийный потенциал. Сегодня практически любое учебное заведение, особенно институции высшей школы, способно в полной мере задействовать весь спектр медийных форматов, таких как видео, аудио, графика и интерактивные элементы, для представления информации и обучения студентов. Эти форматы могут быть использованы также в различных образовательных контекстах, таких как лекции, семинары, практические занятия, исследования и т. д.

В итоге можно прийти к выводу об императивной необходимости широкого внедрения медиаобразовательных технологий в процессы обучения различного уровня и содержания. Все они, в сущности, сводятся к освоению навыков чтения и письма. Под первым здесь подразумевается способность работать с медиатекстами, извлекать вложенный в них смысл и отбрасывать то, что может оказаться токсичным, вовлекающим в пространство постправды. Под умением писать прежде всего подразумевается признание ответственности писателем перед читателем за построение соответствующих мировоззренческих пространств. Думается, что присутствие на «медийной кухне» на ранних этапах обучения может помочь решить обе эти задачи.

## *Список источников*

1. *Фуко М.* Археология знания / Пер. М. Раковой, А. Серебрянниковой ; вступ. ст. А. Колесникова. СПб. : Гуманитарная Академия, 2004. URL: https://gtmarket.ru/library/basis/6850 (дата обращения: 19.07.2023).
2. *Бодрийяр Ж.* Забыть Фуко / Пер. с франц. Д. Калугина. СПб. : Владимир Даль, 2000. 96 с. ISBN: 5-93615-009-7, 2-7186-0060-8.

3. Современная западная теоретическая социология : реф. сборник // Под ред. Н. П. Поляковой. Вып. 1. Ю. Хабермас. М. : ИНИОН, 1992. 134 с.
4. *Якимова Е. В.* Социальное конструирование реальности: социал.-психол. подходы : науч.-аналит. обзор / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. социологии и социал. психологии. М. : ИНИОН, 1999. 115 с.
5. *Джержен К. Дж.* Социальное конструирование и педагогическая практика / Образовательные практики: амплификация маргинальности. Альманах № 4. Минск : Технопринт, 2000. С. 74. Серия : Университет в перспективе развития.
6. *Lee Alice Y. L.* Media education, critical citizenship and public sphere: The ideal and practice of media education in Hong Kong // The Chinese Journal of Communication and Society, No. 3, 2007. P. 134–155. Цитируется по *Михеева Г. Н.* Медиаобразование: новые подходы и аудитории // Медиа. Информация. Коммуникация. Вып. 20. 2017. URL: https://sciup.org/147218028 (дата обращения: 19.07.2023).

## *References*

1. Fuko, M. Arkheologiya znaniya. Translated by M. Rakova, A. Serebryannikova ; introductory article by A. Kolesnikova. St. Petersburg : Gumanitarnaya Akademiya, 2004. URL: https://gtmarket.ru/library/basis/6850 ( accessed: Jul. 19, 2023). (In Russ.).
2. Bodriy'ar, Zh. Zabyt' Fuko. Translated from French by D. Kalugina. St. Petersburg : Vladimir Dal', 2000. 96 p. ISBN: 5-93615-009-7, 2-7186-0060-8. (In Russ.).
3. Sovremennaya zapadnaya teoreticheskaya sotsiologiya. Edited by N. P. Polyakova. Vol. 1. Yu. Khabermas. Moscow : INION, 1992. 134 p. (In Russ.).
4. Yakimova, E. V. Sotsial'noye konstruirovaniye real'nosti: sotsial.-psikhol. podkhody : nauch.-analit. obzor. RAN.INION. Tsentr sotsial. nauch.-inform. issled. Otd. sotsiologii i sotsial. psikhologii. Moscow : INION, 1999. 115 p. (In Russ.).
5. Dzherzhen, K. Dzh. Sotsial'noye konstruirovaniye i pedagogicheskaya praktika. Obrazovatel'nyye praktiki: amplifikatsiya marginal'nosti. Al'manakh No. 4. Minsk : Tekhnoprint, 2000. P. 74. Seriya : Universitet v perspektive razvitiya. (In Russ.).

6. Lee Alice, Y. L. Media education, critical citizenship and public sphere: The ideal and practice of media education in Hong Kong. The Chinese Journal of Communication and Society, No. 3, 2007. P. 134–155. Quoted in Mikheyeva G. N. Mediaobrazovaniye: novye podkhody i auditorii. Media. Informatsiya. Kommunikatsiya. Issue 20. 2017. URL: https://sciup.org/147218028 (accessed: Jul. 19, 2023).

## *Библиографический список*

1. *Андреев А.* Открытые образовательные ресурсы // Высшее образование в России. — 2008. — № 9. — С. 114–116.
2. *Кастельс Э.* Галактика Интернет / Пер. с англ. А. Матвеева ; под ред. В. Харитонова. — Екатеринбург : У-Фактория, 2004. — 328 с. — ISBN 5-94799-373-2.
3. *Кириллова Н.* Что такое медиакультура? // ТелеЦЕНТР № 4 (12), август–сентябрь 2005. — С. 19–21.
4. *Маклюэн М.* Понимание Медиа: внешнее расширение человека / Пер. с англ. В. Николаева ; закл. ст. М. Вавилова. — Москва ; Жуковский : КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. — С. 5. — ISBN 5-86090-102-X.
5. *Пухальская В.* Подкастинг — новый образовательный ресурс // Высшее образование в России. — 2008. — № 12. — С. 130–133.
6. *Рашкофф Д.* Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. — Москва, 2003.
7. *Став Дж. Б.* Общеевропейский образовательный проект: опыт использования аудио и видеосредств связи // Высшее образование в России. — 2007. — № 4. — С. 103–105.

## *Информация об авторе*

А. А. Калмыков — доктор филологических наук, кандидат педагогических наук, профессор кафедры печати и новых медиа ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии». 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2.

*Information about the author*

A. A. Kalmykov — Doctor of Philology, Candidate of Pedagogical Sciences, Professor of the Department of Print Media and New Media "Academy of Media Industry". 127521, Moscow, Oktyabrskaya str., 105, bldg. 2.

*Статья поступила в редакцию: 02.08.2023; одобрена после рецензирования: 04.08.2023; принята к публикации: 06.08.2023.*

*The article was submitted: 02.08.2023; approved after reviewing: 04.08.2023; accepted for publication: 06.08.2023.*