НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ СТАТЬЯ
УДК 32.070

СТРАННЫЙ АТТРАКТОР МЕДИА

АЛЕКСАНДР АЛЬБЕРТОВИЧ КАЛМЫКОВ

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

Аннотация. *В работе обсуждается использование синергетической методологии при анализе глобальных медийных процессов. Сообщение рассматривается как странный аттрактор в медийном пространстве. Странный аттрактор медиа нормализует хаотичное информационное поле. Обсуждается также преодоление вариативности интерпретаций; системные свойства киберпространств; роль гипертекста в сохранении целостности мировосприятия; полионтологичности и виртуальности бытия; понятие «экосистема». В медиапространстве выделяется две обрасти — пространство Постправды и Факта. Показано различие действия аттрактора в этих пространствах. Оказывается, что аттрактор постправды более выживаем и устойчив, чем факт. Это приведет к захвату Постправдой всего медийного пространства. В качестве меры противодействия этому в заключении предлагается усиление медиаобразования и общей культуры.*

Ключевые слова: *странный аттрактор, медиа, гипертекст, полионтологичность, постправда*

Для цитирования: *Калмыков А. А. Странный аттрактор медиа // Вестник Академии медиаиндустрии. М. : Академия медиаиндустрии, 2023. № 1 (33). С. 53–64.*

STRANGE MEDIA ATTRACTOR

ALEXANDER A. KALMYKOV

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

Abstract. *The paper discusses the use of synergetic methodology in the analysis of global media processes. The message is viewed as a strange attractor in the media space. A strange media attractor normalizes the chaotic information field. The following issues are also discussed: overcoming the variability of interpretations; the systemic properties of cyberspaces; the role of hypertext in preserving the integrity of world perception; polyontology and virtuality of being; the concept of "ecosystem". There are two areas in the media space — the space of Post-Truth and Fact. The difference of the attractor action in these spaces is shown. It turns out that the post-truth attractor is more survivable and stable than the fact. This will lead to the capture of the entire media space by the Post Truth. As a counteraction to this, the conclusion suggests strengthening media education and general culture.*

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

Keywords: *Strange attractor, media, hypertext, polyontology, post-truth*

For citation: *Kalmykov A. A. Strange Media Attractor // Bulletin of the Academy of Media Industry. Moscow : Academy of Media Industry, 2023. No. 1 (33). P. 53–64.*

Как известно, синергетический термин «странный аттрактор» (от *англ.* to attract — притягивать) означает притягивающее множество неустойчивых траекторий в фазовом пространстве диссипативной динамической системы [1]. Проще говоря, это волчок (или воронка) для обеспечения своей стабильности, использующая энергии окружающей среды. Сообщение, вброшенное в информационное поле, создает возмущение, которое при определенных условиях может сформировать организованность типа волчка с достаточно продолжительным временем жизни, притягивающее внимание аудиторий. Можно сказать, что так появляется устойчивая «повестка дня», или актуальная тема. Метафора аттрактора корреспондируется и с известной концепцией двухступенчатой коммуникации П. Лазарсфельда [2]. Лидеры мнений наращивают свою видимую компетентность за счет распространения и интерпретации сообщений, расширяя таким образом внешний по отношению к ним аттрактор.

Странный аттрактор медиа упорядочивает (нормализует) хаотичное информационное поле, состоящее из отдельных фактов, слухов, фейков, иллюзий и заблуждений. Медиа в социальной реальности выполняет такую же роль, как и регулярное нормированное знание, за которое ответственны институты образования, науки, философии и религии. Интенсивность участия медиа в этих процессах, быть может, несколько ниже перечисленного, зато охват выше. При этом имеет место чрезвычайная чувствительность к небольшим отклонениям в описании начального состояния. Как следствие, информационный след может быть радикально переформатирован вплоть до придания сообщению противоположного смысла. Это обстоятельство заставляет особо заботиться о защите описания начального состояния, ее риторической чистоты, если стоит задача адекватно донести исходные смыслы.

В ситуации информационной войны эта задача обостряется. Самый свежий пример — теракт под Брянском (01.03.23) — как нельзя лучше доказывает, что современный терроризм — это одна из форм пиара, так называемый красный пиар. Поскольку целью терроризма является

[1] *Висленко А. Л.* О футуристическом содержании протокультурных элементов // Научное мнение. 2013. № 11. С. 166–170. ISSN 2222-4378.

[2] *Дергунова Н. В., Завгородняя М. Ю.* Теории Пола Лазарсфельда: вне власти времени // Власть. 2014. № 8. С. 123–126.

информационный вброс в повестку дня соответствующего сообщения. По сути, это рассказывающее специально организованное событие, навязывающее аудиториям заданный нарратив. Чем не мощный странный аттрактор в информационном пространстве, обеспечивающий наполнение множеству новостных потоков для мировых медиа, а также социальных сетей, блогов и т. п.? При этом не столь уже важным оказывается, что именно произошло — важна громкость медийного отзвука.

В данном случае теракт был совершен с целью стушевать значение падения Артемовска (Бахмута), но и не только. Следует обратить внимание на состав участников — они представляют неизвестно откуда взявшуюся русскую освободительную армию (РОА). Этим украинские организаторы теракта и, скорее всего, прячущиеся за ними специалисты из МИ-6 пытаются сказать, что они ни при чем — это русские стреляют в русских детей. Реанимация армии Власова тоже как будто полезна — есть в России недовольные режимом настолько, что готовы создавать партизанские отряды и уходить в брянские леса. Задумка была грамотная, но не полностью удалась, так как Российская контрпропаганда тут же выяснила и обнародовала биографии участников этой бандитской вылазки. Несмотря на русские фамилии, они ничего общего с Россией и русским народом не имеют. Так грамотная корректировка описания начальных условий вскрыла причастность к теракту Украинской власти и его истинные цели. Думается, что аббревиатура РОА больше не появится в информационных полях.

Преодоление вариативности интерпретаций достигается либо с помощью использования терминологических ограничений (навязываемого тезауруса), либо, в крайнем случае, с помощью специального, крайне сниженного языка — неояза. Сегодня это можно наблюдать не только в риторике пропагандистов, но и в речах политических лидеров и даже дипломатов. У аудиторий может возникать иллюзия их малообразованности, однако такое впечатление, как правило, ошибочно. На самом деле за демонстративным косноязычием и потоком глупости прячется так называемая конструктивная неопределенность, позволяющая сбрасывать ответственность в сложных случаях, «черное и белое не обозначать». Следует отметить, что снижение уровня официальной риторики также можно отнести к явлениям исключительно 21 века.

В целом сегодня открывшиеся перед человечеством новые информационные пространства вносят существенные изменения в описанные выше механизмы. Их иногда называют киберпространства, подразумевая присутствие свойств самоорганизации и самоуправления. В этой

ситуации представление о том, что информационное пространство это некий броуновский бульон, в котором периодически рождаются апериодические аттракторы ради сохранения целостности мировосприятия, уже не описывает динамику медиапространства. Все оказывается несколько сложнее, так как в динамику медиапространств включается фактор Интернета. Стало ясно, что информационный хаос самоорганизуется не только с помощью синергетических механизмов. Фактор Интернета приводит к тому, что прежняя картина мира ,представленная в устойчивой области информационного пространства, фрагментируется, рассыпаясь на отдельные не связанные друг с другом области. Эти фрагменты-эскизы строятся на автономных основаниях, но не перестают претендовать на полноту описания действительности.

Восстановить необходимую целостность мировосприятия оказалось возможно с помощью гипертекста [3]. Без обретения целостности, вопреки постмодерну цивилизация рискует вернуться в языческую дикость. К сожалению, это сегодня наблюдается в действительности и культуре западного мира. И запрет на использование прилагательного «черный» как неполиткорректного, и насаждения ценностей ЛГТБК+, и официально действующая в США сатанинская церковь, и многие другие «культурные» феномены современного запада имеют в своей основе чисто языческие представления о разделенности мира на автономные части со своим пантеоном. Разумеется, этот тезис требует специального культурологического и религиоведческого анализа, здесь же ограничимся некоторыми общими наблюдениями.

Отметим, что каждый фрагмент бытия в языческом мировоззрении претендует на санкционированное право на самостоятельное существование и одновременно находится в постоянной конкурентной борьбе с другими мировоззренческими структурами. С христианкой позиции язычество предполагает обожествление тварных объектов по форме. В широком смысле язычество — это не только вид религиозного мировосприятия, но и в целом качество отношения к духовному миру, уровень нравственной жизни. Язычеством становится и просто признание доминантными и первичными ценностями житейских благ, например денег, успеха, чувственных наслаждений.

Возвращаясь к гипертекстовой склейке фрагментированного информационными революциями мира, отметим, что информационное

[3] *Калмыков А. А.* Гипертекст означивающий реальность // Гипертекст как объект лингвистического исследования : материалы V международной научно-практической конференции, 20 июня 2017 / Отв. редактор С. А. Стройков. Самара : СГСПУ, 2017. С. 31–40. ISBN 978-5-8428-1115-1.

пространство до эпохи Интернета имело гипертекстовую природу изначально. Просто наука и образование в течение веков линеаризировали знание, потому что только так они могли развиваться в рамках господствующих классической и неклассической парадигм [4].

Современной постнеклассической парадигме «плоский» текст и линеаризированное знание уже не соответствуют. Причем не только в рамках чисто научного дискурса, но и за его пределами, в частности в поле медиа. Парадокс «Кот Шредингера», который и жив, и не жив одновременно, не может быть разрешим ни в классике, ни даже в неклассике. Только в постнеклассике ему может быть дано правдоподобное объяснение.

Одним из следствий постнеклассической парадигмы является идея полионтологичности и виртуальности бытия, предполагающая сопряжение существования множества бытийных планов. По сути, эта идея лежит в основе гипертекстовых технологий, созданных для упорядочивания работы с информацией. Идея полионтологичности презентуется созданными на основе гипертекстовой идеологии программными продуктами и шире — так называемыми экосистемами. Экосистема введена в 1930-х годах британским ботаников Артуром Тэнсли и описывает локальные сообщества организмов, которые взаимодействуют друг с другом и окружающей средой. Оказалось, что понятие экосистема удобно использовать и за рамками биологии, что и осуществил в начале 1990-х годов бизнес-стратег Джеймс Мур в статье «Хищники и жертвы: новая экология конкуренции»[5]. Он предложил рассматривать организацию не как отдельного объекта, а объекта, находящегося в коммуникативном поле других организаций из разных отраслей. Мур отмечал, что подобно биологическому прообразу бизнес-экосистема эволюционирует от случайного набора элементов к структурированному сообществу. Очевидно, что процессы структурации невозможны без участия коммуникативных технологий, т. е. без участия медиа.

Поэтому сообщества информационных продуктов также вполне допустимо рассматривать в качестве экосистем. Речь идет об электронных энциклопедиях, экспертных системах, компьютерных играх и т. п. Например, игры фактом своего существования презентуют полионтологичность в форме многоуровневой организации деятельности. Изменение условий деятельности реализуется через многочисленные

[4] *Степин В. С.* Философия науки. Общие проблемы. М. : Гардарики, 2006. 384 с.

[5] *Джеймс Мур.* Хищники и жертвы: новая экология конкуренции // Большие идеи : сайт проекта «Большие идеи». URL: https://big-i.ru/management/strategiya/khishchniki-i-zhertvy-novaya-ekologiya-konkurentsii/. Дата публикации: 5.05.2022.

блуждания по ссылкам, «проваливания» с уровня на уровень, смены декораций и т. д., это наглядно демонстрирует принцип полионтологичности. Информационные экосистемы, внедряясь в бытовую культуру, способствуют изменению шаблонов восприятия в направлении освоения полионтологической картины мира.

В этом и есть черты формирующейся виртуальной культуры, сущность которой в переосмыслении понятия «текст» в понятие «Текст».

Традиционный образ текста, заданный как «то, что написано пером, но не вырубишь топором — каменные скрижали», не соответствует сегодняшнему дню. Разрушению устойчивости как дизайна, так и контента текста способствует развитие возможностей электронного тиражирования — достаточно упомянуть Википедию, дающую право пользователям редактировать тексты и размещать новые. Электронные документы открываются в качестве динамичного ресурса накапливаемых знаний.

Документ-Текст в новом смысле — это живой виртуальный мир, который можно и нужно изменять, и он сам по себе постоянно изменяется. В него надо вживаться, а потом обустраивать, осваивать. Традиционная роль документа — нести в себе информацию, консервирующую результаты творческой деятельности человека. Они предназначены для потребления другими людьми. Новая роль Текста — служить интерфейсом между человеком и всем остальным информационным миром. Поэтому документ как любой интерфейс становится интерактивным. Он вбирает в себя особенности решаемой эпистемологической задачи, отражая всю стоящую за ней и связанную с ней инфраструктуру. Медиатекст не является исключением. Причем сетевой медиатекст потенциально интерактивен, т. е. его читатель одновременно становится и его автором.

В гипертекстовом информационном пространстве предполагается, что за каждым отдельным сообщением, будь то новость, реклама или аналитический обзор, скрываются массивы и слои иных сообщений, иногда связанные гиперссылками с исходным, но не обязательно. Эти слои уходят в глубину информационного мира и в конце концов покрывают его полностью. Прочитать сообщение означает ознакомиться со всем без изъятий информационным пространством, что в принципе невозможно. Вот почему гипертекст иногда называют «нечитаемый текст». Возникает парадоксальная ситуация — информационное пространство, захваченное Интернетом, является в целом нечитаемым текстом, то есть не содержит и не передает смыслы, ради чего оно только и существует.

Более того, информационные технологии направлены на повышение эффективности доступа к информации, что приводит к еще большему распространению Интернета, который в свою очередь является источником необходимых инструментов разработки, гипертекстовых связей и средств поиска и т. д. Именно так сеть становится самонастраивающейся деятельностной средой, жизненным планом, замещая процесс чтения с целью извлечения смысла, процессом освоения новых пространств, адаптации к особенностям ландшафта и климата с целью производства Смысла.

Похоже, и медиа заканчивает эпоху трансляции и вступает в эру продуцирования. Для которой следует отказаться от попыток передавать в готовом виде или даже только формировать картину мира у аудиторий, а необходимо предоставлять строительный материал для самостоятельного возведения, включая необходимые строительные инструменты и, конечно, технологии. Такова современная формула общего медиаобразования.

Основным строительным материалом становятся сама компьютерная сеть и частично размещенное в ней медиапространство, которое претендует на роль некоего сверхтекста, т. е. приближается к модели бытия в целом. Она становится формой действительности и реальности, приобретая статус отдельного плана бытия.

Ясно, что структура современного медиапространства чрезвычайно сложна и не поддается простой формализации и моделированию. Это пространство как минимум многомерно. Но это описание неустойчиво, поскольку любой достаточно мощный аттрактор приводит к изменению структуры всего пространства. Более подходит представление, согласно которому можно выделить основные подпространства или слои, отдельные, но единые, что соответствует системному подходу. Выделить эти слои можно по разным основаниям, например:

a) уже оцифрованное и живущее в Интернете,
b) только оцифрованное,
c) неоцифрованное.

Подобное деление важно потому, что позволяет показать, что даже для медиа типа «c», находящегося в доцифровой фазе своего развития, характерны общие свойства современного медиапространства. Имеет место системный закон эмерджентности, в частности наследования элементами системы свойств, продуцированных системной целостностью. Можно также проследить, как будет вести себя странный аттрактор в бумажной и цифровой средах и в Интернете. Подобное деление,

может, позволит также получить и ряд других важных аналитических результатов, однако для данной работы важно выделить зону Постправды и все то медиапространство, которое основывается на фактах. Назовем его пространством Факта.

Эти деления, конечно, условны, поскольку, например, невозможно противопоставить пространству Постправды пространство Правды (Истины) вследствие субъективной неоднозначности понятия «правда». Пространство Факта менее ответственно, оно включает Правду, по крайней мере, в качестве проекции. С пространством Постправды проще всего, так как могут быть выделены критерии с помощью которых эксперт и аналитик способен распознать принадлежность к нему того или иного сообщения или фрейма. В статье «Абсурдизм политики «на» театре медиа»[6] автор попытался выделить отличительный признак фреймов постправды, а именно — приверженность логике и эстетики абсурда. «Абсурдистский фрейм это не фейк, не дезинформация, не утка, как может показаться не первый взгляд, а гораздо более сложное комплексное явление. Абсурд, конечно, может включать в себя заведомо ложное утверждение и искажение фактов, но относительно абсурда невозможна постановка вопроса об истинности и ложности. Более того, в самой структуре абсурдистского фрейма закладывается, явно или скрытно, противоречие между логическими частями и противоречие (несовместность) с контекстом, в который этот фрейм помещается.

...Таков механизм формирования в медиапространстве постправды и технологии культуры отмены, исключающей все то, что может провоцировать сомнения и оправдать отказ от пользования клиповым мышлением при восприятии событий медиареальности».

Интересно выяснить, как в пространствах Факта и Постправды будет проявлять себя странный аттрактор. В первом случае это Факт, слабо влияющий на пространство Постправды, за исключением ситуации, когда его влияние на все медиапространство оказывается слишком сильным. Тогда его постараются погасить встречными фреймами — как абсурдистскими, так и не абсурдистскими, чаще всего с помощью изменения повестки дня. А если к этому подключится технология культуры отмены, то порожденный Фактом странный аттрактор не просуществует достаточно долго, а возмущение в медиапространстве, им вызванное, быстро погаснет. Для второго случая — сообщения из пространства Постправды — ситуация гораздо более благоприятная. Построенный

[6] *Калмыков А. А.* Абсурдизм политики «на» театре медиа // Вестник Академии медиаиндустрии. М. : Академия медиаиндустрии, 2022. № 4 (32). С. 58–70.

на основе абсурдистской логике и по законам абсурдистской эстетики, он оказывается неуязвим, так как не может быть подвергнут аналитическим процедурам, и относительно него нельзя задавать вопрос: «Это как будто, или на самом деле?». Легко понять, что сообщение постправды оказывается более энергийным, чем сообщения пространства Факта, что приводит к расширению пространства Постправды и в перспективе к захвату всего медиапространства. Чему, к сожалению, развитие медиатехнологий только способствует. Вот почему к числу светских дискурсов в 21 веке относятся не только посещения Земли инопланетянами, но и «доказательства» на полном серьезе того, что Земля плоская. А также многое другое, то, что специалисты отнесли бы к шизофреническому бреду.

В заключение отметим, что метафора странного аттрактора, да и другое заимствованное из синергетики, может оказаться полезным методологическим инструментом медиалогии, позволяющим отслеживать динамику глобальных процессов в информационных пространствах. Пока вывод этой статьи не совсем утешительный, а именно — прогнозируемое расширение пространства Постправды. Это, естественно, вызывает необходимость искать противоядие. Здесь ничего кроме усиления медиаобразования и общей культуры посоветовать трудно. Последнее возможно и важнее, потому что Постправда на культуру и нацелена. Только так можно будет выиграть войну цивилизаций на информационной арене.

Список источников

1. *Висленко А. Л.* О футуристическом содержании протокультурных элементов // Научное мнение. 2013. № 11. С. 166–170. ISSN 2222-4378.
2. *Дергунова Н. В., Завгородняя М. Ю.* Теории Пола Лазарсфельда: вне власти времени // Власть. 2014. № 8. С. 123–126.
3. *Калмыков А. А.* Гипертекст означивающий реальность // Гипертекст как объект лингвистического исследования : материалы V международной научно-практической конференции, 20 июня 2017 / Отв. редактор С. А. Стройков. Самара : СГСПУ, 2017. 144 с. ISBN 978-5-8428-1115-1.
4. *Степин В. С.* Философия науки. Общие проблемы. М. : Гардарики, 2006. 384 с.

5. *Джеймс Мур*. Хищники и жертвы: новая экология конкуренции // Большие идеи : сайт проекта «Большие идеи». URL: https://big-i.ru/management/strategiya/khishchniki-i-zhertvy-novaya-ekologiya-konkurentsii/. Дата публикации: 5.05.2022.
6. *Калмыков А. А.* Абсурдизм политики «на» театре медиа // Вестник Академии медиаиндустрии. М. : Академия медиаиндустрии, 2022. № 4 (32). С. 58–70.

References

1. Vislenko, A. L. O futuristicheskom soderzhanii protokul'turnyh elementov. Nauchnoe mnenie. 2013. №11. S. 166-170. (In Russ.).
2. Dergunova, N. V., Zavgorodnyaya, M. Yu. «Teorii Pola Lazarsfel'davne vlasti vremeni», zhurnal «Vlast'», vypusk № 8. 2014 (In Russ.).
3. Kalmykov, A. A. Gipertekst oznachivayushchij real'nost'. Gipertekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya: materialy V mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii, 20 iyunya 2017. Otv. redaktor S.A. Strojkov. Samara : SGSPU, 2017. 144 s. S.31–40. (In Russ.).
4. Stepin, V. S. Filosofiya nauki. Obshchie problemy. M.: Gardariki, 2006. — 384 s. (In Russ.).
5. Dzhejms Mur. Hishchniki i zhertvy: novaya ekologiya konkurencii. URL: https://big-i.ru/management/strategiya/khishchniki-i-zhertvy-novaya-ekologiya-konkurentsii (data obrashcheniya: 15.02.2023). (In Russ.).
6. Kalmykov, A. A. Absurdizm politiki «na» teatre media. Vestnik Akademii mediaindustrii. M.: Akademiya mediaindustrii, 2022. № 4 (32). S. 58–70. (In Russ.).

Библиографический список

1. *Беляева Л. Н.* Синергетика текста и проблемы перевода // Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики и оптимизация преподавания иностранных языков. Материалы II международной научной конференции. — Тольятти : ТГУ, 2010. — С. 20–26.
2. *Бахтин М. М.* Эстетика словесного творчества. — Москва : Художественная литература, 1979.

3. *Гранин Ю. Д.* Угрозы национальной идентичности в эпоху современной глобализации // Вестник электронных и печатных СМИ. — Москва : Академия медиаиндустрии, 2013. — Вып. № 20.
4. *Громыко Ю. В.* Оружие, поражающее сознание, — что это такое? / Русский переплет : портал электронного периодического издания. — URL: https://www.pereplet.ru/text/grom0.html (дата обращения: 05.11.2022).
5. *Деррида Ж.* О грамматологии. Москва : A. A. Marginem, 2000.
6. *Клягин С. В.* Социально-антропологические вызовы современных информационно-коммуникативных практик // Сборник материалов XVI конференции «Наука, Философия, Религия»: Человек перед вызовом новейших информационных и коммуникативных технологий. Дубна, 21–22 октября 2013 г. — Москва : Фонд Андрея Первозванного, 2014. — 504 с. — С. 111–119.
7. *Кристева Ю.* Бахтин, слово, диалог и роман // Французская семиотика: от структурализма к постструктурализму. — Москва : Прогресс, 2000. — С. 427–457.
8. *Субботин М. М.* Гипертекст: Новая форма письменной коммуникации // Итоги науки и техники. — 1994. — Т. 18.
9. *Хелемендик В. С.* Информационный глобализм и информационная идентичность // СМИ в эпоху глобализации. Материалы научно-практической конференции. Москва, 3 апреля 2012 года. — Москва : Академия медиаиндустрии, 2012. — С. 9.
10. *Шляго В. О., Калмыков А. А.* Телевидение: от зеркала и сцены к экрану интерфейса / Вестник Российского университета дружбы народов. — 2015. — № 3. — С. 115–123.

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, b. 2.

Статья поступила в редакцию: 02.03.2023; одобрена после рецензирования: 07.03.2023; принята к публикации: 09.03.2023.

The article was submitted: 02.03.2023; approved after reviewing: 07.03.2023; accepted for publication: 09.03.2023.