



Информация для цитирования:

Игаева К. В. Медиатизация коммуникативной памяти и кризис критического мышления в цифровую эпоху / К. В. Игаева, Ф. В. Николай // Научный диалог. — 2024. — Т. 13. — № 9. — С. 189—205. — DOI: 10.24224/2227-1295-2024-13-9-189-205.

Igaeva, K. V., Nikolai, F. V. (2024). Mediatization of Communicative Memory and Crisis of Critical Thinking in Digital Age. *Nauchnyi dialog*, 13 (9): 189-205. DOI: 10.24224/2227-1295-2024-13-9-189-205. (In Russ.).



Перечень рецензируемых изданий ВАК при Минобрнауки РФ

Медиатизация коммуникативной памяти и кризис критического мышления в цифровую эпоху

Игаева Ксения Владимировна¹

orcid.org/0000-0002-8581-0015

преподаватель кафедры
социально-гуманитарных наук,
корреспондирующий автор
igaeva.ksenia@yandex.ru

Николай Федор Владимирович²

orcid.org/0000-0002-8876-9441

доктор философских наук, доцент,
старший научный сотрудник
fvnik@list.ru

¹ Приволжский исследовательский
медицинский университет
(Нижний Новгород, Россия)

² Национальный исследовательский
Нижегородский государственный
университет им. Н. И. Лобачевского
(Нижний Новгород, Россия)

Благодарности:

Исследование выполнено за счет гранта
Российского научного фонда,
проект № 24-28-00809

Mediatization of Communicative Memory and Crisis of Critical Thinking in Digital Age

Ksenia V. Igaeva¹

orcid.org/0000-0002-8581-0015

senior lecturer,
Department of Social Sciences,
corresponding author
igaeva.ksenia@yandex.ru

Fedor V. Nikolai²

orcid.org/0000-0002-8876-9441

Doctor of Philosophy, Professor,
senior research scientist
fvnik@list.ru

¹ Privolzhsky Research
Medical University
(Nizhny Novgorod, Russia)

² National Research
Lobachevsky State University
of Nizhny Novgorod
(Nizhny Novgorod, Russia)

Acknowledgments:

The study is supported
by Russian Science Foundation,
project number 24-28-00809

ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

Аннотация:

Статья поднимает вопрос о последствиях медиатизации коммуникативной памяти и причинах кризиса критического мышления в цифровую эпоху. Уделяется внимание трансформациям публичной сферы под влиянием новых медиа. Представлен обзор дискуссий о «новой искренности» и «новой чувствительности, а также функциях ностальгии в новых медиа. Продемонстрирована взаимосвязь этих явлений и их общие основания. Доказывается, что образы прошлого в новых медиа все чаще основываются не на биографическом или историческом опыте, но на тиражируемых и «приватизируемых» пользователями симулякрах второго порядка. Особое внимание уделяется проблеме ностальгии, выступающей симптомом подчинения культурной и коммуникативной памяти логике медиатизации, для которой характерны предельная фрагментация образов, их эмоционально-аффективная заостренность, подмена сложной структуры исторической реальности ситуативными впечатлениями. Доказывается, что теоретическая критика медиатизации и ее воздействия на публичную сферу не работает без обозначения практических альтернатив — наиболее рефлексивных проектов в старых и новых медиа: авторского кинематографа; блогов публичных историков в социальных сетях; создаваемых вещательной корпорацией BBC исторических документальных драм; независимых компьютерных игр и т. д.

Ключевые слова:

медиатизация; публичная сфера; критическое мышление; коммуникативная память; новая чувствительность; новая искренность.

ORIGINAL ARTICLES

Abstract:

This article addresses the implications of the mediatization of communicative memory and explores the underlying causes of the crisis of critical thinking in the digital age. It focuses on the transformations within the public sphere influenced by new media. A review of discussions surrounding “new sincerity” and “new sensitivity”, as well as the roles of nostalgia in new media, is presented. The interconnections among these phenomena and their common foundations are demonstrated. The study argues that representations of the past in new media increasingly rely not on biographical or historical experiences but on replicable and “privatized” second-order simulacra created by users. Special attention is given to the issue of nostalgia, which emerges as a symptom of the subjugation of cultural and communicative memory to the logic of mediatization, characterized by extreme fragmentation of images, their emotional-affective sharpness, and the replacement of complex structures of historical reality with situational impressions. The article posits that theoretical critiques of mediatization and its effects on the public sphere are insufficient without identifying practical alternatives — namely, the most reflexive projects in both old and new media: auteur cinema, social media blogs by public historians, historical documentary dramas produced by the BBC, independent video games, and more.

Key words:

mediatization; public sphere; critical thinking; communicative memory; new sensitivity; new sincerity.

УДК 81'42+366.636

DOI: 10.24224/2227-1295-2024-13-9-189-205

Научная специальность ВАК

5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Медиатизация коммуникативной памяти и кризис критического мышления в цифровую эпоху

© Игаева К. В., Николай Ф. В., 2024

1. Введение = Introduction

Процесс медиатизации коммуникативной памяти в цифровую эпоху фиксируется исследователями в разных терминах: *медиапамяти* [Артамонов, 2023], *цифровой* [Ernst, 2012], *медиатизированной* [Dijk, 2007], *коннективной памяти* [Hoskins, 2011] и т. д. Различия между этими понятиями требуют отдельного разговора. В рамках данной статьи будут рассмотрены два взаимосвязанных процесса, которые становятся следствием растущей зависимости коллективных представлений о прошлом и индивидуальных воспоминаний от тех медиаформатов, в которых эта память фиксируется, сохраняется и транслируется. Речь идет о кризисе критического мышления и трансформации публичной сферы. Свидетельства этих процессов фиксируются в современных междисциплинарных исследованиях с двух сторон: на эмпирическом и теоретическом уровне. Целью статьи является демонстрация их взаимосвязи, которая показывает логику развертывания медиатизации — не просто ее распространение в новых и старых медиа, но и подчинение интерсубъективного восприятия мира в современном «обществе переживаний». Основой медиатизации выступает коммуникативное узнавание отсылок к другим медиа без рефлексии и рационального суждения.

2. Материал, методы, обзор = Material, Methods, Review

2.1. Медиатизация образов прошлого в новых медиа

Можно обозначить несколько основных векторов трансформации образов прошлого в цифровом пространстве: перенос акцента с суждений экспертов на эмоции и развлечение пользователей, вирусный характер распространения информации и превращение дискуссий в «батл». Как убедительно показывает американский историк Д. Стейнхауэр, прошлое в цифровом пространстве раскалывается, распадается на осколки именно из-за специфики медиа. Этот распад ведет к тотальному господству метонимического тропа — переносу акцента со сложных концептуальных обобщений

ний и интерпретаций нарратива на деталь и ее аффективное восприятие. «Социальные сети отдают предпочтение частностям, а не ее правдивости контента или его точности. <...> Сеть предполагает использование фрагмента контента как ссылки на другой фрагмент. Интернет наделяет пользователя возможностью не читать всю статью или не смотреть все видео, если оно не удерживает его внимания; сама структура сети побуждает его поискать что-то еще» [Steinhauer, 2021, p. 4, 20].

Яркими примерами такой фрагментарности могут выступать приложения, сайты, блоги и группы в интернет-сетях, эксплуатирующие ностальгию применительно к фотографиям и селфи: «Timehop», «Memento», «Memolane», «HISTORY.com», «This Day in History» в Twitter¹, «@todayinamericanhistory» в Instagram², «OldSchoolCool» на сайте Reddit и др. Хотя алгоритмы этих приложений несколько отличаются, все они регулярно перекрестно ссылаются и копируют друг друга. Например, созданное в 2011 году приложение «Timehop» напоминает пользователям о сделанных несколько лет назад селфи и о друзьях, с которыми они познакомились в Facebook³, Twitter⁴, Instagram⁵. Это приложение появилось на основе другого — «4square&7yearsago», которое изначально представляло собой почтовый сервис и использовало ностальгию по местам, которые люди посетили год назад. В 2015 году Facebook⁶ скопировал это приложение и создал собственную программу «В этот день» [On This Day], которое за год скачали 155 млн пользователей. Позже она превратилась во вкладку «Воспоминания». Прямая взаимосвязь этих (и других) приложений создает специфический тип ремедиации — переноса старого содержания в новые медиаформаты. Их общей установкой оказывается использование эстетизированных в ностальгическом ключе фотографий как парадигматических репрезентаций прошлого — максимально фрагментарных и не интегрируемых в устойчивый нарратив. Ностальгия как «историческая эмоция» здесь легко тиражируется через массовый и серийный характер коммуникативных практик, все сильнее меняющих общее представление о прошлом в совре-

- 1 Деятельность этой соцсети (медиаплатформы) запрещена на территории Российской Федерации.
- 2 Деятельность этой соцсети (медиаплатформы) запрещена на территории Российской Федерации.
- 3 Деятельность этой соцсети (медиаплатформы) запрещена на территории Российской Федерации.
- 4 Деятельность этой соцсети (медиаплатформы) запрещена на территории Российской Федерации.
- 5 Деятельность этой соцсети (медиаплатформы) запрещена на территории Российской Федерации.
- 6 Деятельность этой соцсети (медиаплатформы) запрещена на территории Российской Федерации.

менном обществе. Важное для академической историографии критическое отношение к источникам и самостоятельное рациональное суждение (формирующие основу классической публичной сферы) при этом вытесняются аффективным узнаванием вещей и образов прошлого.

Медиатизированная ностальгия (как и популярная культура в целом) оказывается востребованной благодаря своему внешнему демократизму — отказу от сложных иерархий экспертного знания. Популярная история в цифровом пространстве ориентирована на интересы пользователей из среднего класса, который в отличие от пролетариата XIX века или интеллигенции первой половины XX века производит и потребляет одновременно. Ярким примером такой просьюмеристской активности среднего класса, по мнению Д. Стейнхауэра, выступает «Википедия». Как известно, первую попытку создать открытую онлайн-энциклопедию по образцу «Британники» Д. Уэйлс и Л. Сэнгер предприняли еще в 2000 году. Каждую статью должен был писать эксперт, поэтому работа продвигалась достаточно медленно. Их следующий проект — «Википедия» — предоставил право создания и редактирования текста (и статус эксперта) любому желающему, потому развивался крайне быстро. Однако многочисленные проблемы с содержанием и редактированием текстов показывают, что целью проекта становится выстраивание консенсуса мнений, а не фиксация доказательного знания о прошлом. Высшим авторитетом и арбитром в подобных спорах становятся сами потребители / просьюмеры «Википедии». Критическое мышление при этом исчезает, уступает место конформизму и стремлению к достижению коммуникативного компромисса.

Основной причиной структурных трансформаций истории в цифровом пространстве выступает экономическая прагматика. Алгоритмы лишь обслуживают интересы позднего капитализма. «Реклама дает 87 % доходов Google и 98 % доходов Facebook¹. Даже «Википедия» с самого начала стремилась продавать рекламу» [Steinhauer, 2021, p. 11]. Для рекламодателей (и платформ) важна частота переключения, именно поэтому в итоге происходит фрагментация нарративов, их дробление на минимальные фрагменты и отдельные образы. Ярким примером этого процесса Д. Стейнхауэр считает следующий кейс: в 2014 году 17-летний К. ди Петта и 19-летний К. Кэмерон, познакомившиеся через «YouTube» за 4 года до этого, создали для заработка на рекламе несколько групп и блогов в Facebook² и Twitter³,

- 1 Деятельность этой соцсети (медиаплатформы) запрещена на территории Российской Федерации.
- 2 Деятельность этой соцсети (медиаплатформы) запрещена на территории Российской Федерации.
- 3 Деятельность этой соцсети (медиаплатформы) запрещена на территории Российской Федерации.

в том числе «@HistoryInPics», на которую со временем подписались 4 млн пользователей. Молодых людей интересовали инструменты зарабатывания денег, одним из которых (причем весьма эффективным) стала выступать эстетизация ностальгии в интернет-сетях. Эта ностальгия была осознанно использована Трампом в ходе президентской компании 2016 года под лозунгом «Make America great again», прямо отсылающим к словам Р. Рейгана 1980 года и зарегистрированным в качестве торговой марки. Важно, что ни Трамп, ни молодые программисты не были оригинальны: они использовали прежние идеи в новой форме, совершенно не беспокоясь об авторских правах или ссылках на своих предшественников. Их осознанной целью было максимальное распространение постов, содержание и форма которых были максимально «вирусными», — ориентированными на предельно широкую аудиторию и массовую культуру. «@HistoryInPics» прямо заимствовал эстетику проектов «Memolane» и «@Retronaut», появившихся в Twitter¹ в 2009 году и занимавшихся цифровой обработкой фотографий из старых книг, газет и архивов. Проект «@HistoryInPics» использовал эту идею, что со временем сделали и другие — «@historypix», «@VeryOldPics» и т. д. Большинство этих проектов реализовались на платформе Twitter², которая предполагает сочетание кратких сообщений и фото, поэтому метонимический троп оказался здесь наиболее востребованным.

Концепция Д. Стейнхауэра делает акцент на фрагментации представлений о прошлом в новых медиа, однако слишком преувеличивает различия старых и новых медиа. Кроме того, такая оптика оттесняет на второй план эмоциональную специфику медиатизации, ярко проявляющуюся в дискуссиях о «новой искренности» и «новой чувствительности». В этом контексте представляется продуктивным сначала кратко охарактеризовать эту полемику, а потом вернуться к развертыванию логики медиатизации в кинематографе и на телевидении.

2.2. Медиатизация «новой искренности»

Проблематика «новой искренности» и «новой чувствительности» рассматривается в современных исследованиях с точки зрения классификации контекстных употреблений имен этих концептов. Весьма показательно, что треть словоупотреблений существительного *искренность* на данный момент составляют его сочетания с прилагательным *новый*, что характерно, по данным Т. В. Леонтьевой и А. В. Щетиной, именно для социальных интернет-сетей и новых медиа [Леонтьева и др., 2022, с. 191].

- 1 Деятельность этой соцсети (медиаплатформы) запрещена на территории Российской Федерации.
- 2 Деятельность этой соцсети (медиаплатформы) запрещена на территории Российской Федерации.

Анализ лексикографического описания концепта **НОВАЯ ИСКРЕННОСТЬ** показывает, что в нем профилирована идея психологизации личной жизни (в отличие от парресии как искреннего стремления к истине в ее понимании М. Фуко); повышенная эмоциональность, противопоставленная рациональным суждениям; внимание к сложностям и трагическому опыту, а не к социальным достижениям. А. Н. Фортунатов и Н. Г. Воскресенская отмечают, что новая искренность распространяется в новых медиа, поскольку активно использует эпатажность и провокативность коммуникации, (монетизированную) ориентацию на репост, оценочность вместо аргументированности и эротику. Последний момент представляется нам не очень типичным для новой искренности. Но важно подчеркнуть, что, как и в работе Д. Стейнхауэра, здесь важна механика работы новых медиа: разрывы между эмоциями блокируются в процессе коммуникации, поскольку удержание внимания оказывается важнее, чем понимание смысла или рефлексия. Времени на связывание воедино дискретных частей просто не остается. «Лихорадочная спешка, являющаяся характерным признаком манипулятивного воздействия, заставляет индивида отводить на осмысление увиденной на экране гаджета информации не более 15 секунд. Взамен возникает повышенная, гипертрофированная чувствительность, заменяющая собой мыслительные процессы, переводящая область смыслов в сферу чувственно осваиваемого восприятия» [Фортунатов, 2021, с. 283].

От лексикографического, дискурсивного и контент-анализа «новой искренности» многие исследователи переходят к макросоциальным и философским обобщениям относительно специфики современного общества (метамодерна), в котором «переживания становятся своего рода товаром, который востребован в обществе потребления и производится по его законам» [Иссерс, 2020, с. 224]. Опыт становится товаром, поэтому можно говорить о новом витке коммодификации субъективности. И медиатизация новой искренности играет ключевую роль в этом процессе. Как отмечает Л. В. Мурейко, «идея новой чувствительности, тесно связанная с идеей новой искренности, формировалась в русле предложений альтернативы постмодернизму под общим названием “пост-постмодернизм”» [Мурейко, 2023, с. 39]. В отличие от постмодернизма, она восстанавливает в правах историзм (как большой нарратив о прошлом), важность глубинных переживаний и аффект как предельную вовлеченность в происходящее. Однако такая вовлеченность предполагает акцент на психологии личности и интесубъективной коммуникации, но не на социальных отношениях, выражающих интересы разных социальных групп.

Новая искренность рассчитана прежде всего на социальные интернет-сети, но отсюда она активно распространяется и на традиционные теле-

видение и радиовещание, внутри которых в результате происходят существенные изменения прежних информационно-аналитических жанров: новости, обзоры и комментарии модифицируются в жанр «разоблачение» [Гладко, 2022, с. 7—8]. Э. Руттен, М. Липовецкий и другие исследователи справедливо отмечают, что речь идет не просто о новых или старых медиа, но в принципе о процессе медиатизации: «Новые медиа никогда не являются полностью новыми сами по себе, но являются эффектом, заложенным в старых медиальных режимах: это всегда уже корректировка» [Руттен, 2018, с. 257]. В отличие от фрагментарности образов прошлого в новых медиа, новая искренность способствует возвращению (больших) нарративов, нестыковки между частями которых преодолеваются именно за счет эмоционально-аффективной интенсивности. Такая интенсивность делает критическое мышление ненужным. Важно отметить также, что новая искренность работает за счет катексиса — прикрепления эмоций к отдельным вещам и образам, которые становятся их аффективными маркерами [Курагин, 2023]. Переход в серии таких вещей и образов происходит механически, без устойчивых семиотических связей. Аффект снимает противоречия между ними.

Таким образом, «новая искренность» выступает симптомом макросоциальных изменений, идущих под влиянием логики медиатизации, которая блокирует критическое мышление и усиливает аффективное восприятие. История как сложная структура прошлого (несводимого к субъективным переживаниям) при этом превращается в коммуникативную память — ситуативную, переживаемую индивидуально и воспринимаемую на эмоционально-аффективном уровне, а не рационально.

2.3. Медиатизация коммуникативной памяти в «кинематографе ностальгии»

Возвращаясь к проблеме общности логики медиатизации в старых и новых медиа, напомним, что еще в 1981 году в своей широко известной работе «Симулякры и симуляции» Ж. Бодрийяр отстаивал тезис о полном стирании границы между реальным и воображаемым, подлинным и мнимым, медиумом и месседжем, а также вводил понятие прецессии симулякров. В современном ему обществе потребления репрезентации отсылали не к реальности, но к широко распространенным и узнаваемым симулякрам (первого порядка) — изображениям без оригинала. Но, кроме этого, Бодрийяр фиксирует новую тенденцию: формирование симулякров второго и третьего порядка — фетишей, которые провозглашают реконструкцию реальности и восстанавливают в правах прежние идеологии (казавшиеся постмодернистам 80-х уже мертвыми). «Симулякры второго порядка — как и копия, подвергаясь искусственному старению, в конце концов,

начинают восприниматься как подлинник <...> Симуляция — это уже не симуляция территории, референциального сущего, субстанции. Она — порождение моделей реального без оригинала и реальности: гиперреального. Территория больше не предшествует карте и не переживает ее. Отныне карта предшествует территории — прецессия симулякров, именно она порождает территорию...» [Бодрийяр, 2015, с. 5—6]. Здесь прецессия — это состояние системы, когда симулякры предворяют реальность; модели и алгоритмы предшествуют фактам; контингентность и ростки будущего заранее интегрируются в добившуюся гегемонии идеологию (либеральную или консервативную — безразлично).

Такая прецессия, или подчинение будущего, осуществляется через ностальгическую идеализацию прошлого. Ключевую роль в этом процессе, по мнению Бодрийяра, играет кинематограф, который (как позднее интернет-сети) дробит прошлое на осколки. Кино претендует на «воскрешение» прошлого и реальность деталей репрезентируемых событий, но стирает их первоначальные смыслы. «Когда реальное больше не является тем, чем оно было, ностальгия присваивает себе все его смысловое содержание» [Бодрийяр, 2015, с. 13]. Вместо прежних смыслов симулякры второго и третьего порядка (Бодрийяр не проводит между ними четких отличий) навязывают идеологию либерального прогресса или консервативного возвращения к прошлому как средство конструирования собственной идентичности. В отличие от исследований памяти в духе Яна и Алейды Ассман, исследований культуры после С. Холла или релятивистского историзма, возобладавшего в последней четверти XX века благодаря работам Х. Уайта, Ф. Анкерсмита [Олейников, 2021], такое понимание прошлого не признает собственную относительность и сконструированность «воображаемых сообществ», но пытается реконструировать прошлое «как это было на самом деле». Результатами такой установки, стирающей когнитивный элемент и в исторической реконструкции [Николаи и др., 2023], становятся возрождение примордиализма и антагонистическая политика памяти, в духе К. Шмита воскрешающая бинарное политическое противопоставление «друг — враг». С этой точки зрения, современная полемика об идентичности оперирует симулякрами второго и третьего порядка, подменяющими реальные социальные проблемы и осознанное движение в будущее отдельными ретро-образами. Идеология занимает место реальности по двум функциональным причинам: она делает акцент на образах, оказывающих аффективное воздействие на аудиторию (то есть работает, а не просто критикует внешнюю реальность), и восстанавливает иллюзию прогресса, смягчая опасения будущего в условиях роста неопределенности. История как история противоречий, разногласий и конфликтов между

разными смыслами и версиями будущего, стирается такой идеологией. Фрагментарная информация (вещи или ностальгические образы) в кино оказывается важнее смыслов и идей, которые широко обсуждались и вызвали полемику в прошлом. Однако полностью вернуть доверие по отношению к реконструированной реальности и рациональным суждениям ни фильмы, ни новые медиа не могут, — реальность остается подчиненной симуляции. То есть в них вшито противоречие, не позволяющее вернуться к «тому, как это было на самом деле» и потому еще более усиливающее ностальгию. «Одна лишь ностальгия накапливается без конца: война, фашизм, великолепие Прекрасной эпохи или революционная борьба — все равнозначно и без различения смешивается в одной мрачной и похоронной экзальтации, в одной ретрофасцинации. <...> Кино плагиаторствует у самого себя, вновь и вновь самокопируется, переснимает свою классику, ретроактивирует свои мифы, переснимает немое кино таким образом, что оно становится более совершенным, нежели оригинал, и т. д.: все это закономерно, кино заморожено самим собой как утраченным объектом, в точности так, как оно (и мы тоже) заморожено реальным как исчезнувшим референтом» [Бодрийяр, 2015, с. 63]. С этой точки зрения, не только «Оттепель» и современные российские сериалы, но и масса американских фильмов с либеральной повесткой или вроде бы деполитизированных («Последний киносеанс», «Безумцы» и т. д.) используют ностальгию как идеализацию недавнего прошлого, включающую идеологический компонент. Иными словами, кинематограф ностальгии по своей структуре работает так же, как новые медиа, фрагментируя и дробя реальность, превращая ее в мертвый архив разрозненных образов.

Таким образом, фиксируемая Д. Стейнхауэром фрагментация образов прошлого в социальных интернет-сетях, дискуссии вокруг «новой искренности» в новых медиа и анализ «кинематографа ностальгии» в работах Ж. Бодрийяра можно рассматривать не просто как отдельные проявления процесса медиатизации, но как три его составные части: дробление образов, преобладание их эмоционально-аффективного восприятия и стирание элементов реальности — подмены противоречивого исторического прошлого медиатизированной коммуникативной памятью.

3. Результаты и обсуждение = Results and Discussion

3.1. Кризис критического мышления

Как уже было отмечено выше, логика медиатизации имеет два взаимосвязанных результата: кризис критического мышления и трансформацию публичной сферы. Напомним, что уже в своей первой совместной работе 1844 года «Святое семейство, или Критика критической критики»

К. Маркс и Ф. Энгельс иронически критикуют сторонников Бруно Бауэра и немецкую спекулятивную философию за увлечение «популярным языком масс» и констатируют «превращение самой “критики” в некую трансцендентную силу» [Маркс и др., 1955, с. 7, 11]. Классики марксизма подчеркивают важность материалистической трактовки базиса общественного развития, а не идеалистической критики его внешних форм. Отголоски этого тезиса сохраняются в современной критической теории, с одной стороны, как систематическое возвращение к тезису об экономических интересах общества потребления [Kellner, 2021], а с другой — как подчеркивание материальности технологий, играющих ключевую роль в современных онлайн и офлайн социальных отношениях [Humbrecht, 1994]. Однако тезис о важности преобразования мира пока остается почти никак не связанным с практическим преобразованием информационно-коммуникативных платформ — разработкой альтернативных программ и медиа, иначе работающих с образами прошлого.

С другой стороны, не менее радикально проблематизирует функции критики в современном обществе М. Фуко, который, как известно, связывает ее истоки с пастырской властью и приравнивает к интернализации власти в рамках неолиберальной биополитики эпохи модерна — росту контроля над собой и другими [Фуко, 1996]. Последователи Фуко признают ограниченность критики и ее использование скорее для выживания неолиберального общества, чем для его демонтажа. С этой точки зрения, новые медиа предполагают «алгоритмическую правительственность», которая отличается от классического неолиберализма в нескольких отношениях. Во-первых, цифровые алгоритмы меняют акторов: после введения электронных биржевых торгов с 2006 года решения о продажах и покупке принимают не люди, а машины. В социальных интернет-сетях именно машины контролируют отбор контента, новостей и таргетирование рекламы в соответствии с интересами пользователей. Во-вторых, гораздо быстрее оказывается скорость принятия решений такими алгоритмами: «Если человеку необходима по меньшей мере одна полная секунда для того, чтобы распознать потенциальную опасность и отреагировать на нее, то алгоритмы или боты способны принимать решения в миллисекундном порядке» [Паризи, 2019, с. 171]. Пользователи не успевают осознать столь быстрые переключения и реагируют на них аффективно (бессознательно). В-третьих, алгоритмы сводят к двоичному коду (1/0) любую реакцию пользователей, редуцируя сложные суждения и эмоции до простейших сенсорных функций. В итоге в новом «автоматизированном режиме аффективной и когнитивной деятельности способности измеряются и подсчитываются в общем поле, определяемом как деньгами, так и информацией» [Паризи,

2019, с. 173]. Подобные изменения делают критическое мышление и критику в целом нерелевантными. Эту ситуацию вслед за А. Рувруа можно назвать «концом критики» [Rouvroy, 2013].

Наконец, третью составляющую кризиса критического мышления и связанной с ним конструктивистской парадигмы научного знания обозначают сторонники акторно-сетевой теории во главе с Б. Латуром. В работе с красноречивым названием «Почему критика выдохлась?» Латур отмечает, что критическая традиция стала сегодня самодовлеющей, ориентированной не на науку, которая преобразует реальность вокруг нас, но исключительно на негацию и деконструкцию. В условиях антропоцена и глобального изменения климата, когда достаточно остро встает вопрос о выживании всего человечества, такой негационизм превращается в «критическое варварство». Поэтому как никогда важно переформулировать цели критики: «Критик — не тот, кто развенчивает, а тот, кто собирает. <...> Критик — не тот, кто бесцельно чередует антифетишизм и позитивизм как пьяный бунтарь на картине Гойи, а тот, для кого все то, что было сконструировано, остается хрупким и потому требует особой заботы и бережного обращения» [Латур, 2023, с. 56]. В науке ключевую роль приобретает не конструктивистская (релятивистская) составляющая, а то, что ее сети в целом работают и дают конвенционально проверяемый результат. С этой точки зрения кризис критического мышления связан скорее с дисбалансом аудитории: ростом активности широкой публики, все менее доверяющей экспертам. Медиатизация становится ключевым инструментом этого перераспределения знания и информации. И в старых, и в новых медиа она предлагает широкой аудитории готовые алгоритмы пользования, оставляя решение нестандартных задач узким профессионалам и немногочисленным экспертам.

3.2. Новые медиа и фрагментация публичной сферы

Вторым следствием процесса медиатизации, сопровождающим кризис критического мышления, становится трансформация публичной сферы современных обществ, которую фиксируют многие современные исследователи во главе с Ю. Хабермасом. В своей недавней работе «Новая структурная трансформация публичной сферы и делиберативная политика» он отстаивает тезис о том, что новые медиа способствуют дроблению, или фрагментации, публичной сферы, — ее распаду на «эхо-камеры» и замкнутые сообщества идентичности, диалог между которыми практически невозможен. В социальных интернет-сетях стирается различие между рациональным суждением, ориентированным на достижение общего блага, и мнением, отстаивающим частные или корпоративные интересы. Радикально разделять частную и публичную сферы в современном обществе, разумеется, вряд ли корректно. Хабермас скорее подчеркивает смещение

границы между ними. В социальных интернет-сетях высказывания ставят своей целью самовыражение, демонстрацию определенной идентичности. Они ориентированы на максимально широкий охват аудитории. Рациональное суждение и коммуникативное действие перестают работать на интернет-платформах, которые не берут на себя ответственность за отбор и экспертизу рациональности высказываний своих пользователей. Селфи селебрити набирают больше лайков, чем политические суждения экспертов или академические статьи. «Они [платформы] не производят, не редактируют и не отбирают, но, устанавливая новые связи в качестве “безответственных” посредников в глобальной сети, иницируя и активизируя дискурсы с непредсказуемым содержанием при случайном умножении и форсировании неожиданных контактов, они глубоко меняют характер публичной коммуникации» [Хабермас, 2023, с. 55].

Более того, алгоритмы, которые управляют новыми медиа, оказываются скрытыми от пользователей. Они стремятся оказывать неотрефлексированное воздействие на свою аудиторию и носят манипулятивный характер, что систематически используют популисты (особенно правые), делающие ставку на эмоции и политику идентичности. Публичная сфера при этом из пространства спора и осознанного диалога превращается в антагонистическое противостояние либо потребление развлекательного контента.

Ю. Хабермас подчеркивает прямую зависимость появления «эхо-камер» в новых медиа от экономических факторов: стремления IT-компаний закрепить за собой максимальную нишу на рынке и нового витка консюмеризма — потребления не просто товаров или символических брендов, но демонстративных стилей потребления. Современные интернет-платформы не столько продают вещи, рекламные услуги или информационный контент, сколько извлекают прибыль из таргетированных алгоритмов — нацеленных на определенные кластеры потребителей программ, которые делят аудиторию на группы и меняют субъективность пользователей, включающихся в нормативные модели коммуникации.

Известный британский историк П. Берк и теоретик медиа Э. Бриггс в работе «Социальная история медиа» также признают, что интернет-платформы меняют образ идеального потребителя, делая акцент не столько на товарах, сколько на эмоциях, эстетических стилях и принадлежности к определенным сообществам идентичности [Briggs, 2020]. Важно отметить при этом, что пользователей социальных сетей и интернет-платформ нельзя назвать пассивными. Но их активность направляется неотрефлексированными алгоритмами.

Однако такая критика медиатизации в работах Ю. Хабермаса, Д. Келлнера или П. Берка выглядит слишком абстрактной: будучи ориентирован-

ной исключительно на глобальные трансформации новых медиа и общества потребления, она фактически не обращает внимания на различия механизмов работы интернет-платформ, сетей и мессенджеров, которые активно конкурируют друг с другом и всячески подчеркивают свои отличия, важные для феноменологического опыта и прагматики пользователей. Это делает предельно актуальным исследование среднего уровня, способные соединить эмпирический анализ работы медиатизации в духе Д. Стейнхуэра и теоретические обобщения последователей Ю. Хабермаса.

4. Заключение = Conclusions

Итак, рассмотренные выше эмпирические и теоретические исследования показывают, что критическое мышление, принципиально важное для эпохи модерна с его верой в прогресс и пониманием истории, оказывается минимально востребованным в современном обществе. Оно вытесняется «стриминговым мышлением» [Грифцова и др., 2022], основанным на фрагментарности образов прошлого, их эмоционально-аффективном восприятии и коммуникативном узнавании отсылок к другим медиа (симулякров) без рефлексии и вынесении собственного рационального суждения. Важно отметить также, что теоретическая критика медиатизации не работает без обозначения практических альтернатив — более рефлексивных проектов в старых и новых медиа, сохраняющих потенциал воздействия на определенные слои аудитории: авторского кинематографа; блогов публичных историков в социальных сетях; создаваемых BBC исторических документальных драм; независимых компьютерных игр и т. д. Такие проекты в среднесрочной перспективе выступают единственной альтернативой тотальному подчинению культурной и коммуникативной памяти логике медиатизации, для которой характерны предельная фрагментация образов, их эмоционально-аффективная приватизация и редуктивистское отделение от сложной реальности прошлого.

Заявленный вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.
Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

The authors declare no conflicts of interests.

Литература

1. Артамонов Д. С. Медиапамять в эпоху цифры / Д. С. Артамонов. — Саратов : СГУ, 2023. — 180 с. — ISBN 978-5-292-04804-6.
2. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции / Ж. Бодрийяр. — Москва : Постум, 2015. — 240 с. — ISBN 978-5-91478-023-1.

3. Гладко М. А. Лингвистическая репрезентация «новой искренности» и чувствительности в медиапространстве / М. А. Гладко // *Terra Linguistica*. — 2022. — № 4. — С. 7—21. — DOI: <https://doi.org/10.18721/JHSS.13401>.

4. Грифцова И. Н. Критическое мышление против псевдонауки / И. Н. Грифцова, Г. В. Сорина // *Человек*. — 2022. — № 1. — С. 7—30. — DOI: [10.31857/S023620070019072-6](https://doi.org/10.31857/S023620070019072-6).

5. Игаева К. В. Политика памяти в Восточной Европе : трансформация нарративов в «старых» и «новых» медиа / К. В. Игаева // *Диалог со временем*. — 2023. — № 85. — С. 369—373. — DOI: [10.21267/aquilo.2023.85.85.023](https://doi.org/10.21267/aquilo.2023.85.85.023).

6. Иссерс О. С. Грани “новой искренности” в современной политической коммуникации / О. С. Иссерс // *Вестник Новосибирского государственного университета. Серия : История, филология*. — 2020. — Т. 19. — № 6. — С. 216—227. — DOI: [10.25205/18187919-2020-19-6-216-227](https://doi.org/10.25205/18187919-2020-19-6-216-227).

7. Курагин Д. Катеكتические механизмы культуры / Д. Курагин // *Социологическое обозрение*. — 2023. — № 3. — С. 9—52. — DOI: [10.17323/1728-192x-2023-3-9-52](https://doi.org/10.17323/1728-192x-2023-3-9-52).

8. Латур Б. Почему критика выдохлась? От фактов к вопросам, вызывающим озабоченность / Б. Латур // *Логос*. — 2023. — № 5. — С. 29—64. — DOI: [10.22394/0869-5377-2023-5-29-61](https://doi.org/10.22394/0869-5377-2023-5-29-61).

9. Леонтьева Т. В. Сочетание новая искренность в лексикографическом аспекте / Т. В. Леонтьева, А. В. Щетинина // *Научный диалог*. — 2022. — Т. 11. — № 6. — С. 183—201. — DOI: [10.24224/2227-1295-2022-11-6-183-201](https://doi.org/10.24224/2227-1295-2022-11-6-183-201).

10. Маркс К. Святое семейство, или Критика критической критики. Против Бруно Бауэра и компании / К. Маркс, Ф. Энгельс // *Собрание сочинений*. — 2-е изд. — Москва : Политиздат, 1955. — Т. 2. — С. 3—230.

11. Мурейко Л. В. «Новая искренность» и «новая чувствительность» в эпистемологической стратегии метамодернизма / Л. В. Мурейко // *Научное мнение*. — 2023. — № 11. — С. 37—43.

12. Николай Ф. В. Неопределенность темпоральных границ в исследованиях исторической реконструкции / Ф. В. Николай, А. Н. Маслов // *Сибирские исторические исследования*. — 2024. — № 1. — С. 125—138. — DOI: [10.17223/2312461X/43/9](https://doi.org/10.17223/2312461X/43/9).

13. Олейников А. А. Время истории / А. А. Олейников // *Логос*. — 2021. — № 4. — С. 5—30. — DOI: [10.22394/0869-5377-2021-4-5-27](https://doi.org/10.22394/0869-5377-2021-4-5-27).

14. Паризи Л. Инструментальный разум, алгоритмический капитализм и неисчислимое / Л. Паризи // *Новое литературное обозрение*. — 2019. — № 4. — С. 169—181.

15. Руттен Э. «Реакционная искренность» / Э. Руттен // *Новое литературное обозрение*. — 2018. — № 3. — С. 255—263.

16. Фортунатов А. Н. Цифровые компетенции и технологии новой искренности в эпоху Web 4.0 / А. Н. Фортунатов, Н. Г. Воскресенская // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика*. — 2021. — Т. 26. — № 2. — С. 276—285. — DOI: [10.22363/2312-9220-2021-26-2-276-285](https://doi.org/10.22363/2312-9220-2021-26-2-276-285).

17. Фуко М. Воля к знанию / М. Фуко // *Воля к истине*. — Москва : Касталь, 1996. — С. 97—268. — ISBN 5-85374-006-7.

18. Хабермас Ю. Новая структурная трансформация публичной сферы и делиберативная политика / Ю. Хабермас. — Москва : Новое литературное обозрение, 2023. — 106 с. — ISBN 978-5-4448-2197-8.

19. Briggs A. A Social History of the Media / A. Briggs, P. Burke. — Cambridge : Polity Press, 2020. — 346 p. — ISBN 0745644945.

20. *Dijk J van. Mediated Memories in the Digital Age* / J. van Dijck. — Stanford : Stanford University Press, 2007. — 256 p. — ISBN 0804756244.
21. *Ernst W. Digital Memory and the Archive* / W. Ernst — Minneapolis : University of Minnesota Press, 2012. — 256 p. — ISBN 0816677670.
22. *Hoskins A. 7/7 and Connective Memory : Interactional Trajectories of Remembering in Post-Scarcity Culture* / A. Hoskins // *Memory Studies*. — 2011. — Vol. 4 (3). — Pp. 269—280.
23. *Humbrecht H. U. Materialities of Communication* / H. U. Humbrecht. — Stanford : Stanford University Press, 1994. — 447 p. — ISBN 0804722641.
24. *Kellner D. Technology and Democracy : Toward A Critical Theory of Digital Technologies, Technopolitics, and Technocapitalism* / D. Kellner. — Wiesbaden : Springer VS, 2021. — 303 p. — ISBN 3658317892/
25. *Rouvroy A. The End(s) of Critique : Data Behaviourism vs. Due-process* / A. Rouvroy // *Privacy, Due Process and the Computational Turn : The Philosophy of Law meets the Philosophy of Technology* / Ed. by M. Hildebrandt, K. de Vries. — New York : Routledge, 2013. — Pp. 143—168. — ISBN 9780203427644.
26. *Steinhauer J. History, Disrupted : How Social Media and the World Wide Web Have Changed the Past* / J. Steinhauer. — New York, London : Palgrave Macmillan, 2021. — 160 p. — ISBN 978-3-030-85116-3.

*Статья поступила в редакцию 06.09.2024,
одобрена после рецензирования 29.10.2024,
подготовлена к публикации 11.11.2024.*

References

- Artamonov, D. S. (2023). *Media memory in the era of numbers*. Saratov: SSU. 180 p. ISBN 978-5-292-04804-6. (In Russ.).
- Baudrillard, J. (2015). *Simulacra and simulations*. Moscow: Postum. 240 p. ISBN 978-5-91478-023-1. (In Russ.).
- Briggs, A., Burke, P. (2020). *A Social History of the Media*. Cambridge: Polity Press. 346 p. ISBN 0745644945.
- Dijck, J van. (2007). *Mediated Memories in the Digital Age*. Stanford: Stanford University Press. 256 p. ISBN 0804756244.
- Ernst, W. (2012). *Digital Memory and the Archive*. Minneapolis: University of Minnesota Press. 256 p. ISBN 0816677670.
- Fortunatov, A. N., Voskresenskaya, N. G. (2021). Digital competencies and technologies of new sincerity in the era of Web 4.0. *Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Literary studies, journalism*, 26 (2): 276—285. DOI: 10.22363/2312-9220-2021-26-2-276-285. (In Russ.).
- Foucault, M. (1996). The will to knowledge. In: *The will to truth*. Moscow: Kastal. 97—268. ISBN 5-85374-006-7. (In Russ.).
- Gladko, M. A. (2022). Linguistic representation of the “new sincerity” and sensitivity in the media space. *Terra Linguistica*, 4: 7—21. DOI: <https://doi.org/10.18721/JHSS.13401>. (In Russ.).
- Griftsova, I. N., Sorina, G. V. (2022). Critical thinking against pseudoscience. *Human*, 1: 7—30. DOI: 10.31857/S023620070019072-6. (In Russ.).
- Habermas, Yu. (2023). *A new structural transformation of the public sphere and a deliberative policy*. Moscow: New Literary Review. 106 p. ISBN 978-5-4448-2197-8. (In Russ.).

- Hoskins, A. (2011). 7/7 and Connective Memory: Interactional Trajectories of Remembering in Post-Scarcity Culture. *Memory Studies*, 4 (3): 269—280.
- Humbrecht, H. U. (1994). *Materialities of Communication*. Stanford: Stanford University Press. 447 p. ISBN 0804722641.
- Igaeva, K. V. (2023). The politics of memory in Eastern Europe: the transformation of narratives in “old” and “new” media. *Dialogue with time*, 85: 369—373. DOI: 10.21267/aquilo.2023.85.85.023. (In Russ.).
- Issers, O. S. (2020). The facets of the “new sincerity” in modern political communication. *Bulletin of Novosibirsk State University. Series: History, philology*, 19 (6): 216—227. DOI: 10.25205/18187919-2020-19-6-216-227. (In Russ.).
- Kellner, D. (2021). *Technology and Democracy: Toward A Critical Theory of Digital Technologies, Technopolitics, and Technocapitalism*. Wiesbaden: Springer VS. 303 p. ISBN 3658317892/
- Kuragin, D. (2023). Katectic mechanisms of culture. *Sociological Review*, 3: 9—52. DOI: 10.17323/1728-192x-2023-3-9-52. (In Russ.).
- Latour, B. (2023). Why is criticism exhausted? From facts to issues of concern. *Logos*, 5: 29—64. DOI: 10.22394/0869-5377-2023-5-29-61. (In Russ.).
- Leontyeva, T. V., Shchetinina, A. V. (2022). Combination ‘New Sincerity’ in Lexicographic Aspect. *Nauchnyi dialog*, 11 (6): 183—201. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2022-11-6-183-201> (In Russ.).
- Marx, K. Engels, F. (1955). The Holy Family, or the Critique of Critical Criticism. Against Bruno Bauer and company. In: *Collected works*, 2. 2nd ed. Moscow: Politizdat. 3—230. (In Russ.).
- Mureiko, L. V. “(2023). “New sincerity” and “new sensitivity” in the epistemological strategy of metamodernism. *Scientific opinion*, 11: 37—43. (In Russ.).
- Nikolay, F. V., Maslov, A. N. (2024). The uncertainty of temporal boundaries in the research of historical reconstruction. *Siberian historical studies*, 1: 125—138. DOI: 10.17223/2312461X/43/9. (In Russ.).
- Oleynikov, A. A. (2021). The time of history. *Logos*, 4: 5—30. DOI: 10.22394/0869-5377-2021-4-5-27. (In Russ.).
- Parisi, L. (2019). Instrumental reason, algorithmic capitalism and the incalculable. *New Literary Review*, 4: 169—181. (In Russ.).
- Rouvroy, A. (2013). The End(s) of Critique: Data Behaviourism vs. Due-process. In: *Privacy, Due Process and the Computational Turn: The Philosophy of Law meets the Philosophy of Technology*. New York: Routledge. 143—168. ISBN 9780203427644.
- Rutten, E. (2018). “Reactionary sincerity”. *New literary Review*, 3: 255—263. (In Russ.).
- Steinhauer, J. (2021). *History, Disrupted: How Social Media and the World Wide Web Have Changed the Past*. New York, London: Palgrave Macmillan. 160 p. ISBN 978-3-030-85116-3.

*The article was submitted 06.09.2024;
approved after reviewing 29.10.2024;
accepted for publication 11.11.2024.*