



Наука об истории медиа: подходы и концепции

Г.П. Бакулев

доктор филологических наук, профессор

УДК 37.01

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается проблема изучения медиа в исторической перспективе, обосновывается необходимость использования междисциплинарного подхода при изучении средств массовой коммуникации, включающего, помимо прочего, эволюцию, историю, антропологию и археологию медиа. Существует немало версий истории развития медиа, описываемых в самых разных форматах и контекстах, — от перечисления имен изобретателей и названий технических устройств до описания экономических, культурных и социальных практик, но в каждой содержатся предположения, высказываются аргументы в пользу значимости медиа для общения людей, анализируются причины исторических изменений. Также рассматривается интерпретация термина «медиаистория», предложенного одним из авторитетных специалистов в этой области, профессором Лизой Джителман.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

медиа, средства коммуникации, массмедиа, медиаистория, медиаэволюция, медиа-археология

Одним из проявлений парадигмальной революции является рост числа так называемых «составных» дисциплин, например, математической биохимии, психобиологии, лингвистической антропологии, психолингвистики, философии коммуникации и т. д. Другим считают появление новых областей исследований, столь широких по масштабу, что термин «дисциплина», предполагающий область специализации с четко очерченными границами, едва ли к ним применим. Скорее это приметы движения в направлении метадисциплин. Примерами этому могут служить дисциплины, рассматривающие эволюцию медиа под разными ракурсами — экологическим, историческим и археологическим¹.

Проблема эволюции медиа в целом, и нового средства коммуникации в частности, интересует исследователей примерно с середины XX века, когда началось бурное развитие коммуника-

¹ См.: Бакулев Г.П. Моделирование эволюции медиа // Вестник ВГИК, № 3 (25), 2015. С. 146–154; Бакулев Г.П. Моделирование эволюции медиа: Проекция развития // Вестник ВГИК № 4 (26), 2015. С. 151–159.

ционной системы, и изучение критических точек в этом процессе позволяет лучше понять медиаинституты, технологические возможности, человеческую инициативу и меняющееся общество в целом. Междисциплинарный подход к изучению медиа включает, помимо прочего, экологию, историю, археологию. Список трудов, рассматривающих эволюцию средств коммуникации в историческом контексте, насчитывает сотни монографий, журнальных статей, сборников материалов конференций — от распространения печатного дела в Европе в конце XV века или появления новых медиа в конце XX века до анализа развития медиа за несколько веков. «Медиа и история так тесно переплетены, что появление того, что принято называть “новыми медиа”, делают нечто большее, чем просто дает нам новые средства коммуникации... Среди прочего, приходится пересматривать суть понятия “новизна”»².

Под иным углом рассматривают развитие средств коммуникации медиа-археологи, которые считают, что в исследованиях, посвященных историческому развитию медиа, не представлена общая картина, а предлагается описание лишь отдельных фрагментов, причем выбранных произвольно и не всегда правильно. Они предлагают написать «альтернативные истории уничтоженных, ожидаемых или забытых средств коммуникации, которые не свидетельствуют о том, что современная ситуация в медиакультуре — это результат “совершенствования”. У типичных направлений, у идей, которым просто не повезло, и у изобретений, которые так никогда и не реализовались в медиа-продукт, есть много важного, о чем стоит рассказать»³.

Несмотря, однако, на то, что в научных кругах существуют разные мнения относительно анализа средств коммуникации в археологическом или историческом ключе, оба направления вносят существенный вклад в исследования эволюции медиа. И самый важный вывод, который из них вытекает, это то, что «все медиа когда-то были новыми»⁴. В частности, по мнению Сколари, хотя обе научные области — одна с давними традициями (история медиа) и другая, только зарождающаяся, но уже с солидным фундаментом (археология медиа), — являются неисчерпаемыми источниками примеров трансформации средств коммуникации, и обе имеют свои ограничения⁵. История медиа — это дисциплина, которая часто попадает в капкан конструирования линейных схем. Медиа-археология, со своей стороны, отвергая исторически последовательное изложение, предлагает дискретный, формальный и узкий взгляд, усложняющий оценку социотехнологической сети во всех ее измерениях.

² Park D.W., Jankowski N.W., & Jones S. (Eds.). *The long history of new media: Technology, historiography, and contextualizing Newness*. New York, NY: Peter Lang, 2011. P. XII.

³ Huhtamo E., & Parikka J. Introduction: An archaeology of media archaeology. In E. Huhtamo & J. Parikka (Eds.), *Media archaeology: Approaches, applications, and implications* (p. 1–26). Berkeley, CA: University of California Press, 2011. P. 3.

⁴ Gitelman L., & Pingree G. (Ed.). *New media, 1740–1915*. Cambridge, MA: MIT, 2003. P. XI.

⁵ Scolari C.A. *Media Evolution: Emergence, Dominance, Survival, and Extinction in the Media Ecology*. *International Journal of Communication*, 7, 2013. P. 1420.

Подходы к трактовке термина «медиаистория»

В современных исследованиях существует несколько версий анализа медиа в исторической перспективе, но не ясно, какую версию следует считать основной. Ту, что описывает череду технологических новаций или ту, что обосновывает концепцию бытовавших в разное время представлений о коммуникациях? Или же речь должна идти о способах и привычках восприятия информации? Или о ее взаимосвязях с политическими и социальными трансформациями? А может, продуктивнее изучать последовательность отдельных «медиаэпох» с присущими им всплесками революционных и парадигмальных сдвигов или все-таки предпочтительнее говорить об медиаэволюции?

Ответы на эти вопросы предполагают разные интеллектуальные проекты, которые имеют свои оригинальные маршруты на карте исследований. Есть версии с перечислением имен изобретателей и названий технических устройств. Есть концепции, где прослеживается ход реализации идей. Иные, наконец, предлагают описание социальных практик. И в каждом случае в истории развития медиа содержится ряд (набор) предположений о том, что важно, а что нет, кто важен, а кто нет, а также речь идет о значимости медиа, особенностях человеческой коммуникации и причинных механизмах, объясняющих исторические изменения. Но, как отмечает Л. Джителман, в различных вариантах построения этих концептов прослеживается единая основополагающая тенденция — считать медиа самостоятельными агентами своей истории, «натурализовать или экзистенциализировать медиа, иначе говоря, полностью подчинить им историю, в которой главную роль играют скорее они, нежели мы»⁶.

Однако натурализация, экзистенциализация медиа, отмечает Джителман, часто понимается исключительно на лексическом уровне, когда произносится термин «медиа», как будто медиа — это обычное природное явление, вроде ветра. Несомненно, подобный ракурс связан с широко распространенным представлением о том, что нынешние средства информации и развлечений образуют в совокупности относительно однородный институт. Но исторические объекты не схожи друг с другом. Так, история развития естественных наук и история искусства существенно разнятся по конструкции анализа соответствующего объекта. Артефакты из далекого прошлого, например, ваза, скульптура или картина, сегодня по-прежнему считаются произведениями искусства, даже если представления и вкусовые предпочтения в обществе сильно изменились.

⁶ Gitelman L., & Pingree G. (Ed.).
Op. cit. P. 5.

⁷ Gitelman L., & Pingree G. (Ed.).
Op. cit. P. 6.

Ведь естественно-научные объекты прошлых веков, к примеру, лечение пиявками, эфир, геоцентрическая солнечная система и т. п., не являются в настоящее время наукой, это, скорее, миф или вымысел. Но тогда какими же историческими объектами являются медиа, задается вопросом Джителман, — естественно-научными или не естественно-научными? И сама же отвечает: отличие медиа не столько в том, как пишутся истории разного вида, сколько в общей для всех людей ментальной карте, которая со времен Просвещения условно отделяет человеческую культуру от естественной природы⁷.

В целом же, стоит отметить, медиа «запутывают» эту ментальную карту. Как и произведения искусства прежних эпох, исторические медиа по-прежнему сохраняют свою ценность как в виде средневековых манускриптов или кассет с восьми-дорожечной магнитной пленкой, так и в виде телефонных аппаратов с наборным диском или программ на перфокартах, вызывающих восторг только у любителей антиквариата, но они продолжают именоваться медиа.

Если термин «история» означает то, что случилось в прошлом, включая также практику различных трактовок этого прошлого, тогда можно утверждать, что медиа историчны на нескольких разных уровнях. Во-первых, медиа сами вышли из прошлого. Даже у самых новейших из новых медиа есть первоисточник — от описываемой широко насыщенной социальной потребности до обычной чертежной доски. Но медиа историчны еще и потому, что являются частью ощущения прошлого. Люди не только регулярно узнают о прошлом с помощью репрезентаций в медиа — в книгах, фильмах и т. д., но и само использование медиа имплицитно включает столкновение с прошлым, которое породило данную репрезентацию.

Поэтому как бессмысленно оценивать произведение искусства без учета материала, благодаря которому было создано произведение, — написано ли оно красками или маслом, вырезано ли из гранита или вылеплено из глины, так и нельзя говорить о контенте, не учитывая медиа, передающее это содержание и позволяющее установить границы контента. Даже если указанный контент то, что, скажем, в прошлом столетии называлось «информацией», его нельзя считать свободным или отделенным от медиа, которые помогают его дефинировать. Однако об информации принято думать как о чем-то самостоятельном.

При всех своих особенностях средства коммуникации классифицируются разными научными школами по неким высшим соображениям (например, ради обобщения). Но если принять

за основу, что медиа это площадки формирования смыслов, необходимо рассматривать, в какой степени смыслы и их восприятие определяются или ограничиваются технологическими спецификациями, и как на смыслы влияет индустрия культуры, интересы киностудий, издательств, интернет-провайдеров, растущее число мультинациональных конгломератов. Если смыслы навязываются потребителям медиаиндустрией, тогда контроль за медиа оправдан: осуждение насилия на экране, запрет неприличных/оскорбительных текстов защитит детей и, возможно, приведет к сокращению количества преступлений, выявит в обществе аксиологические ценности. Но если медиапотребители сами создают те смыслы, которые им импонируют, тогда и в контроле за медиа теряется всякий смысл, и социум будет воспринимать информацию о насилии в той мере, в какой ему этого хочется. В этом случае на повестку дня выходят две разные версии взаимодействия с медиа: либо у аудитории отсутствует всякая власть, либо она у нее есть. Истина посередине — между этими соблазнительными «точками», и законодателям придется делать выбор, голосуя «за» или «против».

Согласно идее Джителман, медиаистория должна складываться из отдельных кейсов — исследований становления конкретных средств коммуникации в специфическом контексте, — локальном и временном. «Ошибочно было бы писать о «телефоне», «фотоаппарате» или «компьютере», а сейчас об «интернете» и «Сети» как о «медиа» в широком смысле, как о чем-то естественном, неизменном, тогда как вокруг все быстро меняется»⁸. Вместо этого исследователь предлагает писать о «телефоне» в 1890 году в сельскохозяйственных штатах США или о «телефоне» в Будапеште в 1920 году, или о сотовых, спутниковых, проводных и беспроводных телефонах в начале XXI века, всегда и только в конкретном ключе. И можно представить, насколько будет трудно, если в принципе возможно, собрать этот пазл из частных «историй» и обобщить их на национальном или международном уровне.

Нельзя, однако, не согласиться с Джителман, которая предлагает трактовать коммуникацию как культурную практику, а медиа как уникальные и сложные исторические объекты и как социально значимые структуры коммуникации, включающие технологические формы и их соответствующие протоколы. Поэтому-то и история развития медиа должна предстать в социокультурном контексте, а не быть научным сборником рассказов о том, как за одной технологией следует другая, или об отдельных гениях, творящих чудеса. Полноценной историей

⁸ Gitelman L., & Pingree G. (Ed.).
Op. cit. P. 11.

развития медиа может считаться только та, что охватывает все многообразие, сложность и противоречивость всеобщих и динамичных культурных явлений, ведь эволюция каждого средства массовой коммуникации включает «цепочку обновлений, замещений и устареваний», чему наглядным примером служит феноменальный прогресс в области цифровых медиа. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Бакулев Г.П. Моделирование эволюции медиа // Вестник ВГИК, № 3 (25), 2015. — С. 146–154.
2. Бакулев Г.П. Моделирование эволюции медиа: проекция развития // Вестник ВГИК, № 4 (26), 2015. — С. 151–159.
3. Park, D.W. Jankowski N.W., & Jones S. (Eds.). *The long history of new media: Technology, historiography, and contextualizing Newness*. New York, NY: Peter Lang, 2011. — P. XII.
4. Huhtamo E. & Parikka J. Introduction: An archaeology of media archaeology. In E. Huhtamo & J. Parikka (Eds.), *Media archaeology: Approaches, applications, and implications* (p. 1–26). Berkeley, CA: University of California Press, 2011. — P. 3.
5. Gitelman, L. & Pingree G. (Ed.). *New media, 1740–1915*. Cambridge, MA: MIT, 2003. — P. XI.
6. Scolari C.A. *Media Evolution: Emergence, Dominance, Survival, and Extinction in the Media Ecology*. *International Journal of Communication*, 7, 2013. — P. 1420.
7. Gitelman L. *Always already new: media, history and the data of culture*. Cambridge, MA: MIT, 2006. — P. 4, 5, 6, 11.

REFERENCES

1. Bakulev G.P. *Modelirovaniye evolyutsii media [Modeling the evolution of media]* // Vestnik VGIK, № 3 (25), 2015. — P. 146–154.
2. Bakulev G.P. *Modelirovaniye evolyutsii media: proyeksiya razvitiya [Modeling the evolution of media: the projection of development]* // Vestnik VGIK, №4 (26), 2015. — P. 151–159.
3. Park D.W., Jankowski N.W., & Jones S. (Eds.). *The long history of new media: Technology, historiography, and contextualizing Newness*. New York, NY: Peter Lang, 2011. — P. XII.
4. Huhtamo E., & Parikka J. Introduction: An archaeology of media archaeology. In E. Huhtamo & J. Parikka (Eds.), *Media archaeology: Approaches, applications, and implications* (p. 1–26). Berkeley, CA: University of California Press, 2011. — P. 3.
5. Gitelman L., & Pingree G. (Ed.). *New media, 1740–1915*. Cambridge, MA: MIT, 2003. — P. XI.
6. Scolari C.A. *Media Evolution: Emergence, Dominance, Survival, and Extinction in the Media Ecology*. *International Journal of Communication*, 7, 2013. — P. 1420.
7. Gitelman L. *Always already new: media, history and the data of culture*. Cambridge, MA: MIT, 2006. — P. 4, 5, 6, 11.

The Science of the History of Media: Approaches and Concepts

Gennady P. Bakulev

Doctor (Philology), Professor

UDC 37.01

ABSTRACT: The article considers the problem of media studies in historical perspective. It is argued that the interdisciplinary approach includes media evolution, history and archeology among others. There exists a variety of versions of media history, in which the media development is described in different formats and contexts — from dropping names of the inventors and devices up to analysis of economic, social and cultural practices, but in each case the significance of media in human communication is emphasized. Speaking about the content of media it is necessary to take into consideration the channels of its distribution. Lisa Gitelman's treatment of media history is presented in detail. She argues that media history should be comprised of separate cases — studies of specific media developments in a definite context — both local and temporal. Gitelman puts forward the idea to treat communication as a cultural practice and media history and media as unique and complex historical objects, socially significant communication structures including technological forms and corresponding protocols. If the term “history” is understood as something that happened in the past, then media is historical on different levels. First, media themselves originate from the past. Even the newest of the new media have their sources — from a social demand to a drawing board. Moreover, media are historical because they remind us of the past: people not only regularly confront the past by means of media representations — in books, films, etc., but also media use itself implicitly includes the contact with the past which produced this representation. If media are regarded as sites for forming meanings, in their analysis it is necessary to consider, to what degree meaning and their perception are defined or limited by technological specifications, how they are influenced by culture industry, combined interests of studios, publishers, Internet providers and a growing number of multinational conglomerates. Unlike static rigid and unchanging technology every new communication medium in its evolution undergoes a string of innovations, replacements and obsolescence.

KEY WORDS: media, communication media, mass media, media history, media evolution, media archeology