



Медиатизация как модус бытия в свете самоизоляции

С.Л. Уразова

доктор филологических наук, доцент

DOI <https://doi.org/10.17816/VGIK43456>

УДК 19.21.91

АННОТАЦИЯ

На фоне негативных тенденций, вызванных пандемией COVID-19 и самоизоляцией граждан, оказавших воздействие на социально-экономическое развитие государств, наметился рост интереса разных возрастных групп населения к апробированию цифровых технологий, современных медиаплатформ. В статье рассматриваются изменения, произошедшие на медиарынке в 2020 году, обосновывается роль медиатизации социума в повседневной жизни.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

метаком-
муникации,
медиатизация,
цифровизация,
визуализация,
глобализация,
трансгуманистика

¹ Карта распространения COVID-19 в разных странах, количество зараженных, выздоровевших и умерших от пандемии представлена на специальном интернет-сайте URL: <https://gisanddata.maps.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/bda7594740fd40299423467b48e9e6c6> (дата обращения: 30.07.2020).

² Фромм Э. Человек для самого себя / Э. Фромм «АСТ», 2009. С. 29. URL: <https://www.litres.ru/erik-fromm/chelovek-dlya-samogo-sebya/> (дата обращения: 30.07.2020).

³ Там же.

Пандемия COVID-19 и вынужденная самоизоляция граждан разных стран нанесли серьезный удар по социально-экономическому развитию государств, которым пришлось преодолевать рост заражаемости населения коронавирусом, а это без малого практически все страны в мире¹, а также оказали когнитивное воздействие на сознание индивида, поведенческий код социума в целом. Недопонимание природы изворотливого, не до конца распознанного вируса, угрожающего человечеству, с одной стороны, и с другой — погружение в тотальную самоизоляцию, поскольку живое общение с себе подобными предстало как реальная угроза, способная привести к заражению и даже к летальному исходу, ввергли социум в психологический шок. На фоне сложившейся ситуации закономерной становится рефлексия об извечной и неразрешимой для человека проблемы — дихотомии «жизнь — смерть», которую социолог, философ и психолог Эрих Фромм называет «фундаментальной экзистенциальной дихотомией»². Характеризуя этот ключевой вопрос бытия и биологическое несовершенство *homo sapiens* в ракурсе исторической жизнедеятельности, ученый отмечает: «...человек — единственное существо, <...> для которого собственное существование является проблемой, от которой он не в силах уйти»³.

Смена поколений на протяжении веков, тем не менее, продолжается, человеческая популяция приумножается, а силы к

экзистенциальному существованию (С. Кьеркегор), преодолению трудностей и невзгод дают человеку разум, его природные способности, динамичность исторического развития, побуждающие его противостоять тяготам жизни, «принять на себя ответственность за самого себя». В течение всей жизни человек стремится к познанию, саморазвитию, «к созданию собственного мира, в котором он чувствовал бы себя дома с самим собой и другими»⁴. Правда, кратковременность жизни не позволяет человеку полностью реализовать все свои возможности, и это Э. Фромм характеризует как еще одну экзистенциальную дихотомию, к размышлению над которой обращено сознание индивида. Ученый акцентирует внимание на особенностях человеческой психики, утверждая, что по своей природе человек одинок и одновременно «опутан многочисленными связями», которые сам же и создает. С одной стороны, он осознает себя «как существо отдельное, отделенное от других», с другой — «...не может выносить своего одиночества, не может не вступать в связи с другими людьми»⁵.

Высказывание Э. Фромма о динамичности жизнедеятельности человека, где важными составляющими являются *«процесс, становление, движение и активность»* внутри самого бытия⁶, заслуживает не меньшего внимания. Стремление к реализации активной жизни, физической и духовной, определяется индивидом подсознательно, в соответствии с его самоидентификацией, избранным образом жизни, соотносящихся с «индивидуальными притязаниями на реализацию всех его возможностей»⁷. Только так человек может отстраниться от размышлений о трагическом противоречии бытия, жить насыщенной и полноценной жизнью.

Значимую роль играет, однако, избранная модель бытования. По Фромму, ее сущность раскрывается в понятиях «модус обладания» и «модус бытия», которые различаются по своей сути. Если «человек «обладательного» типа надеется на то, что он имеет⁸, то человек «экзистенциального» типа надеется на то, что он *есть*, что он живет и мыслит, и может создать что-то новое...»⁹, — уточняет философ. И потому даже воспоминания способны активизировать деятельность человека экзистенциального типа, поскольку он может «оживить» в сознании слова, идеи, образы, картины, музыку и т. д. Такое положение вещей неоспоримо.

Теоретические обоснования ученого о бытии и психологии человека лишь подтверждают сложность ситуации, в которой оказался наш современник в условиях пандемии и самоизоляции.

⁴ Фромм Э. Человек для самого себя / Э. Фромм «АСТ», 2009. С. 29. URL.: <https://www.litres.ru/erih-fromm/chelovek-dlya-samogo-sebya/> (дата обращения: 30.07.2020).

⁵ Там же. С. 31.

⁶ Фромм Э. Иметь или быть? / Эрих Фромм: пер. с англ. Э.М. Телятниковой. Москва: АСТ, 2014. С. 45.

⁷ Фромм Э. Человек для самого себя / Э. Фромм «АСТ», 2009. С. 30. URL.: <https://www.litres.ru/erih-fromm/chelovek-dlya-samogo-sebya/> (дата обращения: 30.07.2020).

⁸ Э. Фромм пишет о материальном обладании, о потребительстве. — *Прим. авт.*

⁹ Фромм Э. Иметь или быть? / Эрих Фромм: пер. с англ. Э.М. Телятниковой. Москва: АСТ, 2014. С. 57, 58.

Ему, «субъекту действия», по Э. Фромму, пришлось отказаться от динамичного ритма жизни, погрузиться в социальный вакуум, лишиться живой коммуникации, интеракции как «обмену символами» (Дж. Мид) с родственниками, друзьями, коллегами, просто знакомыми. Фактически пандемия поставила барьер на социализации как явлении, столь необходимого для выживания, пусть даже на непродолжительное время. И это не может не восприниматься индивидом, привыкшего к интерсубъективности и постижению опыта Другого (А. Шюц), как противоречие.

Возникший жизненный коллапс породил множество опасений: страх перед угрозой жизни, потерей работы, неопределенностью ситуации при неизбежных переменах... Лица творческих профессий, привыкшие к рефлексии и уединению, переживали самоизоляцию, судя по всему, с меньшим когнитивным диссонансом. Но и им требовалась включенность в жизненные реалии текущего момента. Заполнение вакуума социальных потребностей легло на медиасистему, традиционные и новые СМИ, чья миссия *a priori* сосредоточена на информировании, поддержании психического здоровья населения в чрезвычайных ситуациях. Важная роль в этих условиях была отведена современным информационно-коммуникационным технологиям (ИКТ), обеспечивающим разные виды мобильных коммуникаций, которые позволили субъекту взаимодействовать с миром, с другими и с самим собой.

Разворот к цифровизации и массовой медиатизации

При всех отрицательных аспектах карантинных мер, введенных вслед за Москвой в российских городах, стоит признать, что самоизоляция стала неким концентратором, сформировавшим новую реальность бытия, направившую рефлексии масс в русло освоения инновационных технологий. Эти признаки проявились не только в росте потребления информации традиционных и новых медиа, но и в массовом освоении информационно-коммуникационных технологий, разных компьютерных программ, обеспечивающих как личностную, так и массовую коммуникацию. Пребывание в затворничестве высвободило время, которое каждый использовал в соответствии со своими потребностями.

С самого начала наступления пандемии, еще до закрытия государственных границ, тематика информационных сообщений изобиловала сведениями о заражении вирусом населения разных стран, применяемых методах лечения. Приоритетный

¹⁰ Телеаудитория новостей во время самоизоляции увеличилась в полтора раза. Mediascope. 13.04.2020. URL: <https://mediascope.net/news/1125115/> (дата обращения: 30.07.2020).

¹¹ Там же.

¹² Ксения Ачкасова рассказала об изменении медиапотребления на Digital Brand Day 2020. URL: <https://mediascope.net/news/1177564/> (дата обращения: 30.07.2020).

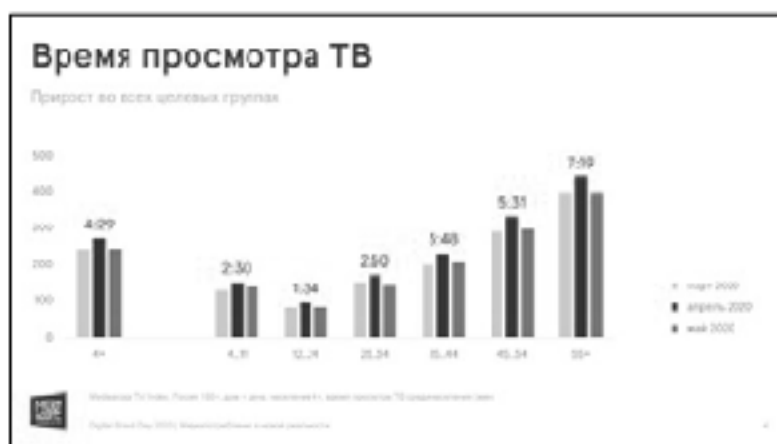


Рис. 1. Время просмотра ТВ в марте, апреле, мае 2020 года. Источник: Mediascope (www.mediascope.net). Презентация Ачкасовой Ксении «Медиапотребление в новой реальности»

¹³ Mediascope. Презентация Ачкасовой Ксении «Медиапотребление в новой реальности». С. 6. URL: <https://mediascope.net/news/1188647/> (дата обращения: 30.07.2020).

ракурс освещения СМИ этой общемировой проблемы, достоверные данные о распространении вируса, позволили руководителям государств принять сложное, но стратегически верное решение о введении режима самоизоляции. В период затворничества ценность получаемой населением этой важной информации не иссякала, потребность в ней только возрастала, о чем свидетельствует статистика.

По данным исследовательской компании Mediascope, уже в первую неделю всеобщей самоизоляции (30 марта–5 апреля) время просмотра новостных и информационно-аналитических телепрограмм увеличилось в Москве, других городах (население 100 тыс.+), на 73% по отношению к первой половине марта 2020 года, когда просмотры составляли 25 минут каждый день. Для сравнения: в апреле 2019 года просмотры новостей фиксировали лишь 16 минут в день¹⁰. А к концу той же недели карантина было отмечено уже 27 и 34 минуты в день¹¹.

При этом время телепросмотров увеличилось за период самоизоляции во всех возрастных группах. В целом общий показатель телесмотра составил 4 часа 29 минут в возрастных категориях — 4+ — 55+, но продолжительность просмотра каждой группы различалась¹².

(Рис. 1). Показательно и

то, что состав телезрителей изменился. К телепросмотрам обратилась даже та часть аудитории, которая ранее либо отказалась от телевизионных просмотров, либо смотрела телевизор крайне мало. (Рис. 2).

Жанровые предпочтения российских телезрителей, находящихся в режиме самоизоляции, — важная характеристика социальных потребностей. За все месяцы карантина спрос россиян на телепрограммы распределился по следующему ранжиру: наибольший интерес вызывали новости (+34%); предпочтение отдавалось документальным (+19%) и социально-политическим программам (+18%); были востребованы детские программы и анимация (+17%); познавательные программы (+13%). Рост потребления телесериалов (+11%) и развлекательных программ (+7%) оказался менее значительным, а интерес к спорту и во все находился в минусе (– 64%)¹³. Сниженный интерес к спорту

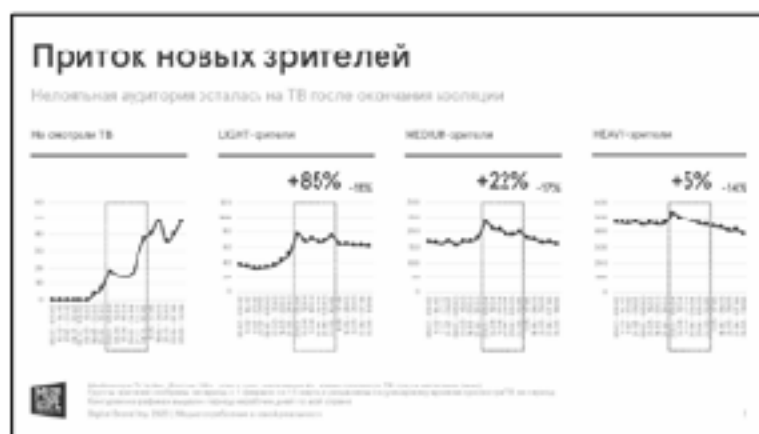


Рис. 2. Приток новых зрителей на ТВ. Источник: Mediascope (www.mediascope.net). Презентация Ачкасовой Ксении «Медиапотребление в новой реальности».

¹⁴ Mediascope. Презентация Ачкасовой Ксении «Медиапотребление в новой реальности». С. 6. URL: <https://mediascope.net/news/1188647/> (дата обращения: 30.07.2020).

¹⁵ Smart TV, или Connected TV — технология интеграции интернета и цифровых интерактивных сервисов в современные телевизоры. — Прим. авт.

ем трансляций уже известных фильмов, в том числе снятых еще в советскую эпоху. Но этот показатель совсем не означал, что россияне утратили интерес к кино, к кинематографу в целом, так как в тот же период значительно возросли показатели нелинейного просмотра (на +30%)¹⁴. Благодаря цифровым технологиям, техническим особенностям Smart TV¹⁵, встроенным в современные телевизоры, телезрители обратились к online-кинотеатрам, чтобы больше смотреть видео и фильмов на телеэкране. Стоит отметить, что во время самоизоляции online-кинотеатры, учитывая неопределенность ситуации, финансовые трудности населения, предлагали просмотры своей экранной продукции либо бесплатно, либо за символическую плату.

Время использования интернета в условиях самоизоляции оказалось немногим меньше, нежели при телесмотрении, — 3 часа 23 минуты. Это наиболее высокие данные, характеризующие

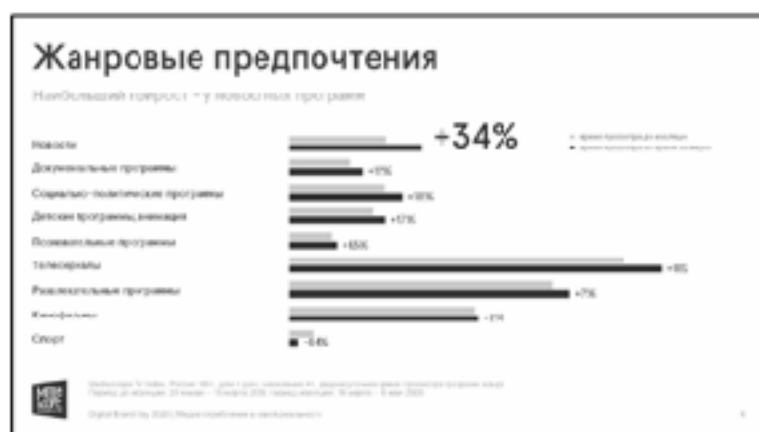


Рис. 3. Жанровые предпочтения. Источник: Mediascope (www.mediascope.net). Презентация Ачкасовой Ксении «Медиапотребление в новой реальности».

Активизировался и рост использования разных типов гаджетов во время самоизоляции. В марте и апреле использование ноутбуков увеличилось (+19%), но любопытно то, что среднесуточное их применение составляло лишь 0:37–0:44 в день, тогда как продолжительность обращения к планшетами и смартфонам (+11%),

связан с тем, что в период пандемии спортивные мероприятия не проводились. (Рис. 3)

По данным Mediascope, кинофильмы, показываемые на телеэкране (+2%), тоже не привлекали внимание «затворников». Отказ от кинопросмотра был вызван многократным повторени-

аудиторию от 12 до 24 лет. Однако время пребывания в интернете представителей разных возрастных категорий различается. Например, лица в возрасте 55+ использовали интернет всего 1 час 22 минуты в день, а лица среднего возраста, в диапазоне 35–44 года, погружались в интернет на 3 часа 11 минут.

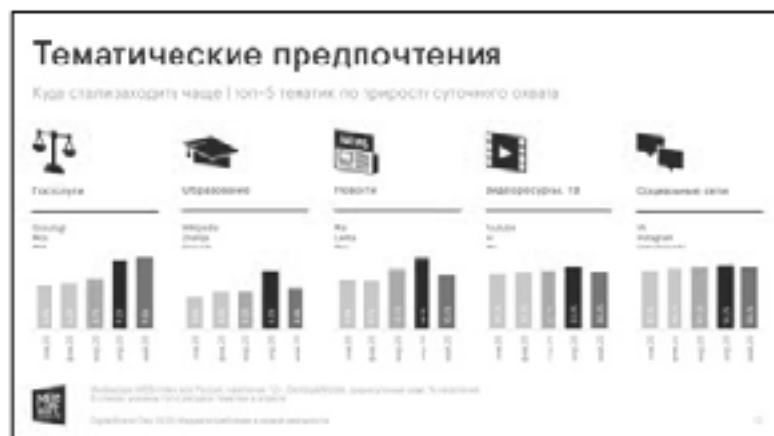


Рис. 4. Тематические предпочтения интернет-ресурсов.
 Источник: Mediascope (www.mediascope.net). Презентация Ачкасовой Ксении «Медиапотребление в новой реальности»

Согласно исследованию Mediascope, где представлены данные прироста суточного охвата с января по май 2020 года, в приоритете оказались: (Рис. 4)

- *Социальные сети* (Vk, Instagram, Odnoklassniki), показавшие наибольший рост числа обращений — от 47,1% до 51,2% в апреле, а в мае состоялось снижение показателей до 50,1%;
- *Видеоресурсы, ТВ* (YouTube, Ivi, Ntv) — от 29,6% до 33,4% в апреле, в мае — снижение показателей до 30,6%;
- *Новости* (Rif, Lenta, Rbc) — от 9,9% до 14,1% в апреле, в мае — снижение показателей до 10,8%;
- *Госуслуги* (Gosuslugi, Mos, Pfrf) — от 5,9% до 9,5% в мае;
- *Образование* — от 3,5% до 6,2% в апреле, в мае показатели снизились до 4,4%.

Приведенные статистические данные — ценная характеристика, показывающая усиление процесса медиатизации наших соотечественников, их спрос на медиа, цифровые устройства, интернет-ресурсы с учетом тематических предпочтений. Надо сказать, что организационно-управленческий процесс в период самоизоляции был бы особенно затруднительным, если к этому времени не были бы внедрены информационно-коммуникационные технологии.

Важным показателем включенности россиян в цифровизацию стало то, что всем российским структурам, государственным и коммерческим, учреждениям разного уровня пришлось оперативно перестраивать свою работу, переходить на удаленное взаимодействие. При этом рабочий процесс не прерывался, благодаря методике проведения видеоконференцсвязи, которая внедрялась с 2000 года. Видеоконференции стали основным инструментарием коммуникативного взаимодействия на разных уровнях. По данным Коммерсантъ, уже с последней декады

по данным Mediascope, длилась от 1 часа 36 минут до 1 часа 47 минут в день. С одной стороны, эти данные характеризуют снижение рабочего ритма в домашних условиях, с другой — тип компьютерной техники в домашнем обиходе.

Интерес представляет и тематика интернет-ресурсов, к которым обращались российские медиапользователи.

¹⁶ Коронавирус помог популярности видеоконференций. 05.03.2020. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4277265> (дата обращения: 30.07.2020).

¹⁷ Там же.

февраля 2020 года «акции Zoom выросли на 10% вследствие роста использования ее ПО»¹⁶. Значительный рост обращения к ПО для удаленного доступа к компьютеру и проведения видеоконференций (Webex, Teamviewer) был отмечен также в Китае, Южной Корее, Японии, Сингапуре¹⁷. Если к этому добавить рост спроса на интернет-сервисы продуктовых магазинов, доставки еды, медикаментов, одежды, банковских услуг, online-обучения и т. д., справедливо утверждать, что повседневная жизнь нашего современника виртуализировалась. Стоит отметить, что если до пандемии в сознании россиян преобладали критерии офисной работы, а среди руководителей организаций царило скептическое отношение к удаленному труду, то самоизоляция в корне изменила эти представления.

Отдельно надо сказать о российских вузах, которые оперативно перешли на дистанционное обучение. И это несмотря на то, что методики образовательного процесса, взаимодействия со студентами пришлось серьезно перестраивать. Ко времени самоизоляции многие вузы уже внедрили в преподавание дистанционную модель обучения, но нельзя сказать, что ее развитие было особо эффективным. В профессиональном сообществе в основном шли дискуссии о расширении тематического спектра образовательных программ в удаленном режиме, звучали критические замечания относительно этого типа методик. Звучат они и по сей день. Однако вынужденная самоизоляция сделала удаленную коммуникацию при передаче знаний новому поколению неотъемлемой и практической необходимостью, и это во многом изменило представления профессорско-преподавательского состава о методиках образовательного процесса. В итоге российские вузы, иные образовательные учреждения успешно справились с этой проблемой, оперативно разработав методологию проведения не только занятий и лекций в дистанционном режиме, но и сдачу государственных экзаменов.

* * *

Современный мир быстро преобразуется под влиянием инновационных технологий, выстраивая новую парадигму бытия в цифровом веке. Вместе с ним преобразуются социальные системы и медиасистемы, неразрывно между собой связанные. Непростая эпидемиологическая ситуация, сложившаяся из-за коронавируса, выявила проблемы, продуцирующие пересмотр широкого спектра вопросов мировоззренческого характера. Дело не только в том, что COVID-19 поразила масштабностью своего распространения, неспособностью человека раскрыть

природу вируса, несмотря на множество появившихся в цифровой век научных достижений. В этом плане основная проблема кроется в прогнозировании подобных кризисных ситуаций, их предупреждении. А это означает, что научные исследования в каждой области должны вестись с учетом проектирования и прогнозирования. Конечно, разработки по производству вакцины от коронавируса ведутся сейчас во многих странах, в том числе в России. Но роль научных изысканий в любой дисциплине возрастет многократно, если они будут иметь упредительный характер. Только так сможет современный человек быстрее адаптироваться в цифровом мире, изобилующем, несмотря на прогресс, множеством проблем.

На повестку дня сегодня встали и иные вопросы. Речь идет о самодисциплине и адаптации граждан в кризисных ситуациях, формировании у них навыка рефлексии, мотивации к интеллектуальному и творческому саморазвитию, освоению новых профессиональных компетенций. Но возможности перестройки сознания в цифровую эпоху дают прежде всего гуманитарные науки, которые «в силу своей специфической обращенности на субъект познания, по существу даже более конструктивны, практически ориентированы, чем естественные и социальные (науки — прим. ред.). Каждый акт самосознания есть акт самопостроения, так как нельзя до конца выполнить сократовское «познай самого себя»¹⁸. Правда, гуманитарные науки и сами находятся на этапе перелома, хотя исследователи уже определили вектор их развития. Он направлен на формирование *трансгуманистики*, «то есть совокупность трансформационных практик и технологий в разных областях гуманитарных наук»¹⁹. А это означает, что необходимо «проектировать онтологию виртуальных миров, исходные параметры их бытия, метрику времени-пространства, познавательные и ценностные ориентиры, новые универсалии и универсумы, которые могут оказаться все более осязаемыми и обитаемыми по мере развития электронных технологий»²⁰.

В цифровой век инновационные технологии набирают значительный вес как в производственной сфере, так и на уровне индивидуального потребления. Следовательно, ими надо уметь управлять, что предполагает обучение представителей разных социальных и возрастных групп, передачу им знаний, соответствующих цифровому времени. Повысить знаниевый код в социальной системе могли, казалось бы, структуры массмедиа и образования. Но на нынешнем этапе им самим еще предстоит освоить эти компетенции в своей профессиональной нише,

¹⁸ Эпштейн М. Проективный словарь гуманитарных наук / М.Н. Эпштейн «НЛО», 2017. (Энциклопедии, справочники, словари). С. 56.

¹⁹ Там же.

²⁰ Там же. С. 55.

стать экспертами в области технологий. То, что в информационном обществе происходит быстрая медиатизация социума, свидетельствуют медиаизмерения. Но кто в итоге окажется ведущим — социум или медиа, покажет время. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Коронавирус помог популярности видеоконференций. 05.03.2020. URL.: <https://www.kommersant.ru/doc/4277265> (дата обращения: 30.07.2020).
2. Mediascope. Презентация Ачкасовой Ксении «Медиапотребление в новой реальности». URL.: <https://mediascope.net/news/1188647/> (дата обращения: 30.07.2020).
3. Фромм Э. Иметь или быть? / Эрих Фромм: пер. с англ. Э.М. Телятниковой. Москва: АСТ, 2014. 320 с.
4. Фромм Э. Человек для самого себя / Э. Фромм «АСТ», 2009. URL.: <https://www.litres.ru/erih-fromm/chelovek-dlya-samogo-sebya/> (дата обращения: 30.07.2020).
5. Уразова С.Л. Мультивариативность реальности в цифровой парадигме // Вестник ВГИК, 2018, № 3 (37). С. 144–151.
6. Эпштейн М. Проективный словарь гуманитарных наук / М.Н. Эпштейн «НЛО», 2017. (Энциклопедии, справочники, словари). 563 с.

REFERENCES

1. Koronavirus pomog populyarnosti videokonferentsy [Coronavirus helped the popularity of video conferencing]. 05.03.2020. URL.: <https://www.kommersant.ru/doc/4277265> (data obrashcheniya: 30.07.2020). (In Russ.).
2. Mediascope. Prezentatsiya Achkasovoy Ksenii "Mediapotrebleniye v novoy realnosti" [Mediascope. Ksenia Achkasova's presentation "Media consumption in a new reality"]. URL.: <https://mediascope.net/news/1188647/> (data obrashcheniya: 30.07.2020). (In Russ.).
3. Fromm E. Imet ili byt? [To have or to be?]. Erikh Fromm: per. s angl. E.M. Telyatnikovoy. Moskva: AST, 2014. 320 p. (In Russ.).
4. Fromm E. Chelovek dlya samogo sebya [Man for himself]. E. Fromm "AST", 2009. URL.: <https://www.litres.ru/erih-fromm/chelovek-dlya-samogo-sebya/> (data obrashcheniya: 30.07.2020). (In Russ.).
5. Urazova S.L. Multivariativnost realnosti v tsifrovoy paradigm [Multivariate reality in the digital paradigm]. Vestnik VGIK, 2018, № 3 (37), pp. 144–151. (In Russ.).
6. Epshteyn M. Proyektivny slovar gumanitarnykh nauk [Projective Dictionary of the Humanities]. M.N. Epshteyn "NLO", 2017. (Entsiklopedii, spravochniki, slovarei). 563 p. (In Russ.).

Mediatization as a Mode of Being in the Light of Self-Isolation

Svetlana L. Urazova

Dr. Sc. in Philology, Associate Professor, Editor-in-Chief of the academic journal "Vestnik VGIK", All-Russian State Institute of Cinematography named after S.A. Gerasimov

UDC 19.21.91

ABSTRACT: Against the background of the negative trends caused by the COVID-19 pandemic and the self-isolation of citizens that had an impact on the socio-economic development of states, there has been an increase in the interest of different age groups of the population in testing digital technologies and modern media platforms. The article examines the changes that have occurred in the media market in 2020, substantiates the role of mediatization of society in everyday life.

The COVID-19 pandemic and the forced self-isolation of citizens of different countries adversely affected the socio-economic development of states that had to counter the rise in the coronavirus infection of the population, and had a cognitive impact on the consciousness of the individual, the behavioral code of society as a whole. The fear of possible death, the uncertainty of the situation, as well as the regime of self-isolation, which violates the principles of socialization, inevitably plunges the individual into a state of psychological shock. Based on the works of Erich Fromm "To be oneself" and "To have or to be", the article examines the attitude of a person to the dichotomy "life-death", which is a fundamental existential problem, substantiates the features of human psyche that give the individual strength for existential existence.

On the basis of the research carried out by Mediascope, the empirical part highlights the role of mass media and digital technologies, and reveals the social preferences of Russians when they turn their attention to television and Internet resources in the situation of self-isolation. It is concluded that during the period of self-isolation, the mediatization of Russian citizens increased significantly, but their preferences were focused on television news, documentary, socio-political and educational programs. When watching movies on TV, media users preferred to watch the on-screen production of online cinemas, the circulation of which increased during the pandemic. Thus, the crisis has formed a new reality that affects a person's consciousness and forces him to turn to the study of innovative technologies.

KEY WORDS: metacommunications, mediatization, digitization, visualization, globalization, transhumanities