

СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАСИСТЕМЫ

УДК 81'22

DOI: 10.17223/26188422/7/1

И. М. Дзялошинский

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КОНЦЕПЦИИ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОГО УНИВЕРСУМА¹

Проведен анализ теоретических моделей, описывающих и объясняющих процессы, происходящие в сфере массовых коммуникаций. Доказывается, что общепринятые аналитические модели уже не способны дать целостное и убедительное объяснение ситуации в современных массовых коммуникациях. В качестве перспективного аналитического инструментария предложена концепция информационно-коммуникационного универсума. Показана история становления этого понятия, а также структурные и содержательные особенности системы, обозначаемой этим понятием.

Ключевые слова: медиа, медиатекст, информационно-коммуникационный универсум.

Проблема

Политики, исследователи, практики СМИ неустанно говорят о том, что информационные и коммуникационные институты становятся в настоящее время центральными подсистемами социума, отвечающими за жизнеспособность иных систем. Данный факт объясняется верой людей в то, что информированность общества – это один из важнейших факторов его прогрессивного развития и цивилизованности. Обеспечение граждан, государственных и общественных струк-

¹ Публикация подготовлена в ходе работы по проекту № 20-01-036 «Воздействие социальных институтов на сознание и поведение человека: стратегии, технологии, ресурсы» в рамках Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета “Высшая школа экономики” (НИУ ВШЭ)» в 2020–2021 гг. и в рамках государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации «5-100».

тур информацией осуществляется, с одной стороны, путем постоянного совершенствования систем, технологий и средств информации, а с другой – путем правового регулирования условий и гарантий этого процесса. Особая роль отводится массовой информации, собираемой и распространяемой информационными агентствами, газетами, журналами, радио и телевидением, которые в своей совокупности именуются средствами массовой информации (СМИ), средствами массовой коммуникации (СМК) или массмедиа. При этом деятельность современных медиа (как традиционных, так и новых) у большинства исследователей, а также у рядовых потребителей медиапродукции, чаще всего вызывает негодование, гнев и прочие негативные эмоции. Медиа в целом и СМИ в частности обвиняют в пристрастности, лживости, манипулировании массовым сознанием и множестве других грехов. Пытаясь ответить на вопрос о том, почему массмедиа не выполняют возлагаемые на них надежды, аналитики предлагают несколько версий.

Существующие аналитические модели

Самая простая – во всем виноваты редакторы и журналисты, которые в погоне за прибылью забыли про этические требования. Иногда к этому тезису добавляют идею о том, что нынешние профессиональные журналисты, не в пример своим предшественникам, потеряли профессионализм, а у так называемых гражданских журналистов этого профессионализма никогда и не было.

Более серьезные исследователи напоминают о том, что СМИ представляют собой социальный институт, взаимодействующий с другими социальными институтами. Так, например, английский исследователь Дж. Карран полагает, что СМИ сейчас не просто находятся под влиянием крупного бизнеса, они сами являются крупным бизнесом и корректируют медиавещание в своих личных целях [1. С. 220–221]. Н. Луман, рассматривая массмедиа как «одну из функциональных систем современного общества», указывал на определенную замкнутость данной системы и ее обособление [2. С. 20]. При этом немецкий мыслитель предлагает в противовес традиционному восприятию массмедиа как производителя «отраженной» реальности, т.е. создателя информационного аналога существующей в действительности реальности, выделение других медиареальностей. Под первой «реальной

реальностью» средств массовой информации Луман понимает «протекающие в них и пронизывающие их коммуникации» [2. С. 12]. Данную реальность составляют бесчисленные внутримедийные операции по обсуждению и подготовке содержания номера газеты или телевизионного выпуска. На данном этапе работы СМИ идет постоянный процесс взвешивания и отсеивания информации от «неинформации», гонка за всем новым, а старым («неинформацией») оно становится, как только прозвучало по радио, было показано по телевидению или напечатано в газете. Именно внутри системы массмедиа и вырабатывается реальность: через производство или придание смысла.

Процесс отбора средствами массовой информации всего проблематичного и нового, следовательно, потенциально интересного для аудитории и поэтому транслируемого в массовое сознание, превращает весь остальной мир в пространство событий, которые еще требуют последующей селекции и интерпретации. Критически важным оказывается то, что подобный процесс трансляции информации, в чем и выражается постоянное функционирование системы массмедиа, становится значимее и важнее, чем конкретные содержания передаваемых для массовой аудитории сообщений. Соответственно, «первая реальность» массмедиа конструируется в рамках самой системы медиа путем наделения тех или иных событий, явлений и информации определенным смыслом. Придание смысла осуществляется строго очерченной группой лиц (сотрудниками медиаструктур, редакторами, журналистами) и происходит по фактум, т.е. смысл приписывается уже произошедшим событиям.

Н. Луман говорит о существовании «второй реальности» массмедиа, которая заключается в том, «что для нее или *благодаря ей для других выглядит* как реальность» [2. С. 13] (*курсив оригинала*), т.е. речь идет о работе массмедиа по конструированию реальности для воспринимаемой ее широкой аудитории. По мнению Лумана, у СМИ нет доступа к иной реальности, кроме той, какую они сами же и конструируют. «И следует не критиковать их за искажение подлинной реальности, а изучать те способы, какими они конструируют свою реальность» [2. С. 78].

Иногда утверждается, что медиареальность конструируется при помощи телевизионной манипуляции, то есть «преднамеренного отклонения информационных потоков от реальной действительности» [3. С. 73]. Для таких ситуаций характерно осознанное управление общественным сознанием, пропаганда, манипулирование и т.д. [4].

М. Кастельс дал этому явлению иное название – «реальная виртуальность». Он понимал ее как систему, «в которой сама реальность (т.е. материальное/символическое существование людей) полностью схвачена, полностью погружена в виртуальные образы, в выдуманный мир, мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране, через который передается опыт, но сами становятся опытом» [5. С. 351–352]. То есть СМИ не просто передают сообщения, но сами настолько абсолютны и всеобъемлющи, что словно вбирают в себя весь человеческий опыт, воздействуя на зрителей, как сам этот опыт.

Однако самый популярный подход опирается на идеи Ф. Ницше и Х. Ортега-и-Гассета, которые в свое время четко разделили человечество на элиты (правда, каждый из них понимал элиту по-своему) и массы, которые – помимо всех прочих недостатков – отличаются дурным вкусом. Соответственно, все, что имеет отношение к массам, априори плохо. Вот пример такого подхода. Перечисляя идеалы массовой культуры, Е. О. Матвеева формулирует их следующим образом:

«– упрощенное понимание смысла бытия и ценностей, определяющих жизнь человека. Разнообразные продукты массовой культуры, которые у всех на виду и на слуху (любовные романы, детективы, глянцевого журналы, телевизионные шоу), как правило, ориентируют читателя, зрителя, слушателя на достаточно примитивные схемы самореализации, воспитывают стереотипные представления о счастье, ориентируя человека лишь на внешний успех, связанный с материальным достатком, карьерой, успешной личной жизнью, возможностью демонстрации превосходства над окружающими. Отсюда способность даже смерть превратить в рейтинговую программу. Легко заметить, что рекламные ролики и сериалы делаются в наше время по одним культурным, языковым, психологическим лекалам. Сюжет рекламного ролика почти всегда можно легко развернуть до сериала и наоборот;

– ориентация социума на вечный праздник бытия, где даже серьезные проблемы могут быть преодолены с помощью очередного “чуда-средства”, гарантирующего вечную молодость, здоровье, красоту, достаток, успех;

– перманентная эксплуатация стереотипов, свойственных упрощенному миропониманию;

– утверждение весьма распространенного в массовой культуре феномена, определяемого как “психология скоротечности”, когда

человек больше не привязывается надолго не только к вещам, но и к окружающим людям, психологически переставая нуждаться в длительных межличностных отношениях;

– провокация истеричной потребности в постоянной самопрезентации. В наши дни никчемные, пустотелые личности не стесняются выставлять свои (иногда весьма сомнительные) достижения в СМИ, особенно в интернете. По всему миру жертвы массовой культуры не стесняются хвастаться своими пороками и бездарностью. Подобная ситуация замечательно описана в романе Бена Элтона *“Номер один”*, где участники популярной телевизионной передачи, не замечая у себя полного отсутствия таланта, стремятся стать звездами» [6. С. 173].

Автор пишет о том, что еще одна весьма значимая в условиях глобализации функция медиатекстов связана с продвижением на рынок определенных товаров, услуг, идей, начинаний, иными словами – идеи потребления, оказывающей серьезное воздействие на культуру глобального общества. Причем в данном случае речь идет не только о многочисленных рекламных посланиях, специфика которых – тема отдельной статьи. Интерес представляют лингвокультурные и лингвопсихологические приемы реализации установок потребления в медиатексте. Один из таких приемов – обращение к авторитету медийной личности, хорошо знакомой целевой аудитории, имеющей определенный статус. Медиатексты, главным героем которых становится звезда, позволяют создавать скрытую рекламу, имплицитно продвигая те или иные товары, услуги, начинания с помощью контекстуально уместных вопросов. Например: *«Как же Вам удастся так великолепно выглядеть при чрезвычайной востребованности в театре, в кино, на телевидении?»* В ответ следуют пространственные рассуждения о здоровом образе жизни, диете и, конечно, креме «Х», который *«дарит моей коже молодость и красоту»*.

В условиях господства массовой культуры определенной трансформации подвергается даже сущностная функция медиатекстов, связанная с трансляцией информации: сегодня информационная функция медиатекста все больше сближается с развлекательной. Например, сейчас информация о личной жизни знаковых персонажей актуализируется не только в глянцевых изданиях, но и в серьезных СМИ, особенно в период предвыборных кампаний. Зрители, читатели, слушатели в странах с развитой коммуникацией и политику воспринимают как шоу, где особый интерес представляют сенсации и пикантные

подробности. Характерный пример – президентская кампания 2016 г. в США, отголоски которой дошли до нашей страны. В наши дни вокруг любого мало-мальски стоящего события усилиями журналистов делается шоу разного качества, нередко с фейковым содержанием.

Следующая актуальная функция медиатекста, по мнению Е. О. Матвеевой, связана с актуализацией мотива уподобления и моды, весьма значима в условиях глобализации. Причем содержание понятия «мода» трактуется весьма широко. Суггестивный потенциал современных СМИ способен сделать модным любое, даже, на первый взгляд, экзотическое увлечение. В данном случае используется «принцип общего» вагона, когда адресату показывают некое симпатичное сообщество людей, во многом похожих на него, а далее следует прямой или имплицитный призыв присоединиться к ним. В таких текстах нередко обобщения: «все», «всегда», «везде», «повсюду». Например: *«Все хипстеры столицы уже знают о кармический йоге»; «Молодежь всегда была среди тех, кто принимал новую моду».*

Будучи средством оперативного реагирования на актуальные события, медиатексты фиксируют социально-психологические изменения, происходящие с нашими современниками. В частности, психологи отмечают нарастающую возрастную регрессию, когда взрослые люди по разным социально-психологическим причинам начинают вести себя как дети. Знаковой стороной регрессии становятся речь и различные медиатексты. На страницах популярных женских журналов и интернет-сайтов мелькают слова-экспромты: «няшки», «мимимишно», «развивашки», «милота». При этом речь идет не о малышах, а о взрослых людях [6].

Нам представляется, что все эти функции являются плодом фантазии автора. Нет у медиатекста таких функций. А что есть? А есть информационно-коммуникационный универсум, который дает возможность, а иногда и приглашает использовать его для каких-то важных для субъектов коммуникации целей. Однако качество и варианты реализации возможностей информационно-коммуникационного универсума зависят от интересов и умений субъекта.

Информационно-коммуникационный универсум: становление понятия

Несмотря на довольно длительную и богатую философскую историю [7–18], понятие «универсум» очень трудно приживается в сфере

информационно-коммуникационных отношений. Видимо, оно казалось (и продолжает казаться) очень высокопарным и недостаточно конкретным. Хотя сама идея связи языка и текста со всеми сторонами человеческого бытия была для многих мыслителей очевидной. Еще М. М. Бахтин указывал на то, что тексты, порожденные в различных конкретных коммуникативных ситуациях, могут считаться продуктами одной глобальной коммуникативной ситуации, определяемой общими чертами тех структур индивидуальных знаний, которые явились основами для порождения. Такие тексты должны иметь точки соприкосновения их смысловых структур, не обусловленные свойствами конкретной коммуникативной ситуации, вступать в диалогические отношения друг с другом, вне зависимости от того, вступали ли их авторы в реальные диалогические отношения. По словам ученого, «два сопоставленных чужих высказывания, не знающих ничего друг о друге, если только они хоть краешком касаются одной и той же темы (мысли), неизбежно вступают друг с другом в диалогические отношения. Они соприкасаются друг с другом на территории общей темы, общей мысли» [19. С. 293].

В свое время Ф. де Соссюр доказывал, что, во-первых, язык эволюционирует, не следуя неким жестким регулярностям и законам, а путем сборки цепочек событий, где что-то возможное осуществляется или не осуществляется, случается так или иначе. Во-вторых, язык не умирает, вернее, он может умереть лишь тогда, когда погибают все носители языка. Язык – это процесс, и этот процесс – непрерывный, в нем невозможно провести границу, когда исчезает из употребления один язык и вступает в силу другой, например уходит латинский и начинается французский. Французский язык, как показывает Соссюр, и есть латинский на определенном этапе его развития. Для каждого отдельного индивида язык выступает как параметр порядка. Язык не может быть изменен каждым отдельным индивидом как его носителем, он порожден коллективным действием индивидов и «представляет собой традицию, которая непрерывно изменяется, но которую время и говорящие субъекты не в состоянии разрушить» [20. С. 67].

Р. Якобсон писал о «необычайно высокой степени подобия между системами передачи генетической и вербальной информации» [21]. В своей работе Э. Галимов утверждает, что в языке можно увидеть «создание канала информации, параллельного генетическому» [22. С. 35]. М. В. Ильин также пишет о том, что «выстраиваются ряды не-

случайных соответствий между языковым обеспечением коммуникации людей, создаваемых ими дискурсов и языков, а также генетическим обеспечением морфогенеза клеток и создаваемых ими организмов и видов... Аналогия язык – геном, а скорее осуществление межличностной коммуникации между людьми в их общностях и осуществление информационного обмена между клетками организма не только эвристична, но имеет безусловное позитивное научное значение с точки зрения единства информации, сходств и различий различных типов информации» [23].

Д. С. Лихачёв поставил вопрос о концептосфере русского языка (шире – национальных языков), которая соотносится со всей культурой нации, в том числе с литературой, фольклором, наукой, изобразительным искусством, «со всем историческим опытом нации и религией особенно» [24. С. 145]. «Если концепт, – продолжал размышлять Лихачев, – является условной “алгебраической” подстановкой значения слова или выражения, сокращающей мыслительный процесс пользующегося этой подстановкой, то концептосфера национального языка в целом является в известной мере “алгебраической” подстановкой всего культурного опыта нации, и в этом отношении можно говорить о национальном языке как о показателе культуры нации в целом» [24. С. 156].

И. В. Кондаков использует понятие «концептосфера» и полагает, что отличие концептосферы от семиосферы (и подобных ей пространственных представлений) заключается в том, что концептосфера – это не аморфное и разнородное «облако знаков», а смоделированная сеть обобщающих концептов (смысловых «узлов» или «сгустков»), соединяющих в себе понятия, которые обобщают образы и символы культуры, служат средством организации смыслового (социокультурного) пространства и его теоретического (культурфилософского или лингвокультурологического) обобщения (концептуализации). Каждый объект научного изучения (национальная культура и конкретный язык, национальные литература и искусство, творчество того или иного мыслителя или художника) может быть представлен через его концептосферу, в то время как семиосфера во многих случаях – обшая, концептуально более размытая и неопределенная [25].

Г. Д. Гачев ввел в культурный и научный оборот понятие «Космо-Психо-Логос»: «Всякая национальная целостность есть Космо-Психо-Логос, то есть единство национальной природы, склада психики и

мышления» [26. С. 9]. Это трехсоставное понятие призвано представить национальные образы мира (цельные и дифференцированные для каждого этноса и нации, точнее – для каждой локальной культуры и национального менталитета), соединяющие в себе представления и переживания природно-космического, эмоционально-психологического и словесно-логического (т.е. языкового) порядка как гетерогенные смысловые миры разных народов (в том числе и русского).

Исследователь Д. Рашкофф констатирует: «Инфосфера стала нашей новой окружающей средой... Инфосфера стала вести себя как живой организм – система не менее сложная, масштабная и самодостаточная, чем сама природа. Как любой биологический объект, она стремилась расти. Питаясь долларами тех, кому все еще казалось, будто они строят замкнутую потребительскую культуру, медиа расширились в ту потрясающую всемирную паутину, которой мы наслаждаемся сегодня. Сетевые и независимые медиа породили спутниковые объединения, кабельное телевидение, телефонный маркетинг, компьютерные сети, видеоплееры и домашние “шоппинг-клубы”. Будучи более протяженными, чем бесконечная лента железных дорог, автомобильных шоссе и авиатрасс, наши медиа-сети могли достичь и затронуть каждого» [27].

Все эти высказывания свидетельствуют о том, что многие исследователи убеждены, что за конкретными способами коммуникации стоит какая-то скрытая от нас система, определяющая способы всех мыслимых форм взаимодействия живых систем.

Есть и другая линия развития этой же идеи. В работах Х.-Г. Гадамера мелькает понятие «герменевтический универсум» [28]. Раскрывая это понятие, отечественные авторы указывают, что с его помощью обозначается вся совокупность текстов, взятых со стороны их смыслов. Между отдельными фрагментами (текстами) данного универсума устанавливается множество непосредственных и опосредованных связей, которые к тому же подвергаются изменениям вследствие непрерывного продуцирования новых текстов. Архивное дело, библиотеки, музеи, система образования, определенные аспекты политики государства и т.п. – все это факторы, определяющие состояние герменевтического универсума [29].

Ю. М. Лотман ввел в науку понятие «семиотический универсум». Он полагал, что семиотическое пространство может рассматриваться как единый механизм (если не организм). Тогда первичной окажется

не тот или иной кирпичик, а «большая система», именуемая семиосферой. Семиосфера есть то семиотическое пространство, вне которого невозможно само существование семиозиса. Подобно тому как, склеивая отдельные бифштексы, мы не получим телянку, но, разрезая телянку, можем получить бифштексы, – суммируя частные семиотические акты, мы не получим семиотического универсума. Напротив, только существование такого универсума – семиосферы – делает определенный знаковый акт реальностью [30].

Постепенно выкристаллизовывалось понимание того, что за всеми конкретными информационными и коммуникационными процессами скрыта некая глубинная структура. Таким образом, синтез понятий «универсум», «ноосфера», «семиосфера» стимулировал появление категории «коммуникативный универсум». Одним из первых эту идею озвучил Б. А. Грушин, который в своей монографии «Массовое сознание» [31] использовал для обозначения данной структуры понятие «универсум». Потом это понятие несколько раз мелькнуло в работе И. А. Мальковской «Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы». Здесь уже шла речь о том, что всеобщая коммуницируемость социального, политического, информационного пространств делает коммуникацию прерогативой не столько человеческого мира, сколько социально-технологического, информационного универсума, по отношению к которому человек, с его прирожденным даром коммуникации, выступает то как функция, то как атрибут, то как клиент, то как электорат, то как потребитель. Во всех случаях человек востребуется лишь частично, в зависимости от того, какой «фрагмент», сегодня нужен коммуникации» [32. С. 4]. В 2010 г. вышла работа И. Э. Ключанова, которая так и называлась: «Коммуникативный универсум» [33].

Одну из первых моделей взаимосвязи природного и коммуникационного универсума предложила в 1998 г. Ю. А. Елисеева [34]. В ее представлении речь идет о том, что на современном этапе развития науки возникает необходимость не только в систематизации представлений о роли человеческого общения, но и в сопряжении различных научных языков и логик (локальных парадигм) на основе особого внимания к категории «универсум», органично встраивающейся в эту парадигму. Из обосновываемого в работе Елисеевой понимания Единого Универсума как метасистемы, включающей природный, культурный и социальный универсумы, вытекает необходимость выявления

«структуры структур», функция которой – сопряжение этих макрокосмов. Если считать основанием вычленения данных сфер специфику коммуникативных связей в каждой из них, то область их взаимного пересечения (структурное ядро) правомерно назвать коммуникативным универсумом. Это сложноорганизованная и сложнодинамическая система, в которой на основе всеобъемлющих информационно-энергетических связей осуществляется непрерывный процесс взаимоперехода физических и нефизических форм пространства и времени.

М. В. Пац [35] предложила различать физический и символический универсумы. Язык, миф, искусство, религия – части этого символического универсума. Поскольку далее автор говорит о коммуникативном универсуме языка, то можно предположить, что символический универсум состоит из множества вложенных в него универсумов. Вряд ли такой подход можно считать продуктивным.

В 2015 г. вышла еще одна работа, в которой использовалось понятие коммуникативного универсума [36]. Затем это понятие стало мелькать в названиях (а иногда и в содержании) некоторых книг и диссертаций [37, 38]. Впрочем, надо честно признать, что содержание некоторых из этих работ не имеет никакого отношения к словосочетанию «коммуникационный универсум». Однако самое главное, что во всех этих работах слово «универсум» используется скорее как метафора, а не как научное понятие. Есть основания полагать, что накопленные знания уже позволяют придать ему более или менее строгое толкование.

Во-первых, следует уточнить саму формулировку термина. Использование в формулировке понятия «коммуникативный» стало следствием различения понятий «коммуникативная» (содержательная) сфера процесса коммуникации и «коммуникационная» сфера, включающая совокупность технических носителей сообщений [39]. Вероятно, именно поэтому было принято решение использовать понятие «коммуникативный универсум», чтобы было ясно, что речь идет о содержательном анализе процессов коммуникации. Для определения содержания есть вполне релевантный и имеющий длительную историю существования и исследования термин «информация». Поэтому для обозначения именно содержательного аспекта коммуникации было бы целесообразно использовать понятие «информационный универсум». Однако, очевидно, что информация без необходимых для ее распространения технических устройств, представляет собой практически мертвую субстанцию. Именно поэтому, генерируя

категорию для наиболее адекватного обозначения описанного выше феномена, представляется целесообразным объединить понятия «информация» и «коммуникация» в термине «информационно-коммуникационный универсум».

Во-вторых, целесообразно закрепить за информационно-коммуникационным универсумом функцию медиума между внешним и внутренним мирами человека.

В-третьих, целесообразно подчеркнуть глубокую, хотя и малоисследованную связь информационно-коммуникационного универсума с такими понятиями, как «ноосфера» и «семиосфера».

Содержательные особенности информационно-коммуникационного универсума

Главная особенность так понимаемого информационно-коммуникационного универсума заключается в том, что он представляет собой сложную саморазвивающуюся систему, которая постоянно находится в движении от одного своего состояния к другому. В связи с этой констатацией возникает вопрос о направлении данного движения и факторах, влияющих на выбор этого направления. Другими словами, речь идет о возможности предсказать эволюцию информационно-коммуникационного универсума. В своей работе В. С. Степин пишет: «Универсальный (глобальный) эволюционизм характеризуется часто как принцип, обеспечивающий экстраполяцию эволюционных идей, получивших обоснование в биологии, а также в астрономии и геологии, на все сферы действительности и рассмотрение неживой, живой и социальной материи как единого универсального эволюционного процесса» [40. С. 643–644]. К примеру, Н. Н. Моисеев в термин «эволюция» также вкладывал более широкое содержание, чем биологи (как скорость образования новых видов), отождествляя этот термин с понятием «самоорганизация», т.е. с изменением системы под действием внутренних факторов и механизмов, лишенных целенаправляющего начала [41. С. 26]. Развитие системного подхода, который рассматривает объекты как открытые самоорганизующиеся системы, дало возможность глубже понять процессы эволюции. Вот лишь некоторые из преимуществ такого подхода.

Эволюция – это не только прогресс (идущий с усложнением структуры), т.е. изменение к лучшему, но и регресс (от латинского «возвра-

чение назад»)), ведущий к упрощению структуры, а также идиоадаптация, т.е. такая жизнедеятельность, при которой не происходит ни повышения, ни понижения уровня; ни прогресса, ни регресса. Кроме того, количественные постепенные изменения перемежаются качественными скачками, которые выводят систему на другой уровень – либо выше, либо ниже. В своей статье С. Д. Хайтун доказывает, что если в органическом мире эволюция протекает быстрее при эффекте «потряхивания» (природных катаклизмах), то в социальном мире существует рыночный механизм, который осуществляет стрессовое давление на членов сообщества. В этом автор видит эволюционное значение Рынка [42].

Важной характеристикой саморазвивающейся системы является актуализация определенных сценариев развития в зависимости от особенностей внешних воздействий. Однако в состояниях неустойчивости в точках бифуркации – когда система становится особо чувствительной к внешним воздействиям – небольшой укол в определенном пространственно-временном локусе способен существенно изменить природу саморазвивающейся системы [43]. Причем возможны не всякие сценарии, их выбор в точках бифуркации определен генетическими особенностями системы. В одной из возможных интерпретаций постнеклассической картины мира обосновывается такое состояние универсума, когда, несмотря на непредсказуемость флуктуации (случайных возмущений и изменений начальных условий), набор возможных траекторий эволюционирования системы определен и ограничен. Однако стоит помнить о том, что возможны варианты, когда флуктуация достигает такой силы, что организация системы не выдерживает и разрушается, и принципиально невозможно предсказать: станет ли состояние системы хаотичным или она перейдет на новый, более дифференцированный и высокий уровень упорядоченности. И тогда в точке бифуркации система может начать развитие в новом направлении или изменить свое поведение.

Отсюда можно сделать вывод, что попытки активного силового преобразования информационно-коммуникационного универсума могут привести в лучшем случае к воспроизводству устаревших коммуникационных моделей. В худшем – к порождению коммуникационных монстров. Трудно в этой связи не процитировать Ст. Лема: *«Первые попытки установления контакта были предприняты при помощи специальных электронных аппаратов, трансформирующих импульсы, посылаемые в обе стороны, причем океан принимал активное участие*

в работе этих аппаратов. Океан модифицировал некоторые элементы погруженных в него установок, в результате чего записанные ритмы импульсов изменялись, регистрирующие приборы фиксировали множество сигналов, похожих на обрывки гигантских выкладок высшего анализа. Но что все это значило? Может быть, это были сведения о мгновенном состоянии возбуждения океана? Может быть, переложенные на неведомый электронный язык отражения земных истин этого океана? Может быть, его произведения искусства? Может быть, импульсы, вызывающие появление его гигантских образований, возникают где-нибудь в тысяче миль от исследователя? Кто мог знать это, коль скоро не удалось получить дважды одинаковой реакции на один и тот же сигнал! Если один раз ответом был целый взрыв импульсов, чуть не уничтоживший аппараты, а другой – глухое молчание! Если ни одно исследование невозможно было повторить!» [44]. Может быть, это и имеют в виду исследователи, которые изучают мудрость коммуникационной среды [45].

Представленное выше понимание информационно-коммуникационного универсума как сложной саморазвивающейся системы открывает новые перспективы для его изучения. Так, например, опираясь на работы М. Маклюэна и других исследователей [46–53], можно выделить несколько этапов (эпох) развития информационно-коммуникационного универсума:

- 1) дописьменный этап;
- 2) этап рукописного текста;
- 3) этап печатного текста;
- 4) этап электронных коммуникаций;
- 5) этап компьютерных коммуникаций [54].

М. Маклюэн полагал, что духовный и материальный прогресс человечества определяют не орудия труда или освоение природы, не экономика, политика или культура, а технология социальной коммуникации, т.е. коммуникационные каналы, которыми располагают люди. Этот тезис М. Маклюэна часто и многими критиковался. Однако очевидно, что не коммуникация является движущей силой прогресса человечества, а неостановимое стремление человека к реализации всех его потребностей, включая потребность в самореализации.

Это означает, что обозначенные выше цивилизационные уровни (этапы развития) информационно-коммуникационного универсума должны быть как-то связаны с развитием других компонентов обще-

ственной системы. Наиболее перспективное направление поиска такой связи находится в контексте концепций промышленных революций и технологических укладов.

Понятием «промышленные революции» обозначают периоды резкого увеличения масштабов инноваций и производимой ими пользы.

В работе К. Шваба [55] показано, что первый кардинальный сдвиг в образе жизни человека – переход от собирательства к земледелию – произошел примерно десять тысяч лет назад благодаря одомашниванию животных. Аграрная революция была построена на соединении силы животных и людей в целях обеспечения производства, транспортировки и коммуникации. Постепенно эффективность производства продуктов питания повышалась, стимулируя рост населения и обеспечивая жизнеспособность крупных поселений. Это со временем привело к урбанизации и расцвету городов. Но и после этого многие тысячи лет люди жили, довольствуясь первобытными инновациями и видя будущее бесконечным повторением привычной жизни.

После аграрной революции последовал ряд промышленных революций, начавшихся во второй половине XVIII в. Они стали вехами на пути от использования мышечной силы к механической энергии, который привел к сегодняшнему историческому моменту, когда в процессе четвертой промышленной революции производство развивается за счет познавательной деятельности человека. Главными характеристиками четвертой индустриальной революции являются скорость, масштабность и системность. Это означает, что новая промышленная эпоха идет рука об руку с глобализацией, вовлекая в свою траекторию все отрасли во всех странах.

Концепция промышленных революций логично связана с концепцией технологических укладов. Этим понятием обозначается совокупность производственных технологий человечества, взаимодополняющих друг друга. Смену технологических укладов предопределяет не только ход научно-технического прогресса, но и инерция мышления общества: новые технологии появляются значительно раньше их массового освоения. За свою историю человечество уже прошло пять укладов и приближается (по крайней мере, в цивилизованных странах) к шестому.

Есть очевидная, но пока малоисследованная зависимость между промышленными революциями, технологическими укладами и этапами развития информационно-коммуникационного универсума. Поэтому с

определенной долей уверенности мы можем утверждать, что некоторые аспекты сущности и особенностей функционирования информационно-коммуникационного универсума мы знаем, дальнейшее познание земной реинкарнации Океана Соляриса возможно только в том случае, если исследование будет производиться методами, которые, с одной стороны, смогут принести наилучшие исследовательские результаты, а с другой – вызвать наименьшее сопротивление наисложнейшей системы информационно-коммуникационного универсума.

Заключение

Предложенный выше подход закладывает несколько методологических ограничений, минимизирующих амбиции исследователей в сфере изучения коммуникационных процессов.

1. Возникает понимание того, что информационно-коммуникационный универсум – это не жесткая система, поддающаяся инвентаризации и раскладыванию по полочкам, а живая, текучая сфера, постоянно меняющая свои формы и сущности, для обозначения которой лучше всего подходит образ Океана Соляриса. Любые попытки жестко структурировать информационно-коммуникационный универсум наталкиваются на непреодолимые препятствия. Очень ярко об этом писал – используя другие понятия – У. Эко [56. С. 10].

2. Концепт информационно-коммуникационного универсума задает понимание двойственности этой системы, которая, с одной стороны, существует в осознаваемых и неосознаваемых формах деятельности живых существ, включая человека, а с другой стороны, ни от кого не зависит, и даже наоборот – определяет коммуникативное поведение всех известных нам существ, начиная от генетических кодов вирусов, бактерий и растений, языка животных и заканчивая высшими проявлениями художественного творчества. Другими словами, человек выступает по отношению к информационно-коммуникационному универсуму ресурсом его воспроизводства и саморазвития. В связи с этим тезисом стоит напомнить несколько афоризмов, которые приписывают А. Эйнштейну (независимо от того, действительно ли они принадлежат ему): *«Я никогда не приписывал Природе никакой цели, преднамеренного стремления или чего-либо, чему можно дать антропоморфическое толкование. Природа – величественное здание, которое мы в состоянии постичь очень неполно и которое возбуж-*

дает в душе мыслящего человека чувство скромного смирения. Это поистине благоговейное чувство с мистицизмом ничего общего не имеет»; «Бог (в других вариантах – Природа) изощрен, но не злонамерен».

Применительно к проблеме информационно-коммуникационного универсума речь идет о том, что этот труднодостижимый умом объект (он же субъект) не обладает какой-то отдельной самостоятельной волей. Неважно, злой или доброй. Информационно-коммуникационный универсум не управляет нами в примитивном смысле слова (хотя на самом деле управляет, как «управляют» нашим поведением вирусы и бактерии, поселившиеся в нашем организме). Речь идет о том, что эта сложноорганизованная система – как и Океан Соляриса – очень чувствительна к внешним воздействиям, и любое вмешательство в процесс ее функционирования приводит к ее изменениям. Только мы изучили какой-то процесс, получили какие-то, с нашей точки зрения, значимые для понимания системы и перспективные для дальнейших исследований данные, как изучаемая система радикально изменилась, и все результаты исследований можно выбросить. Информационно-коммуникационный универсум изощрен, но не коварен.

3. Говорится все это не для того, чтобы отрицать возможность и необходимость исследований, опирающихся на традиционные теоретические модели. Разумеется, нужны всякие теории. Но они нужны не столько для действительного овладения информационно-коммуникационным универсумом – им невозможно овладеть, сколько для того, чтобы формулировать достижения прошлого и передавать их следующим поколениям. И что еще очень важно, какими бы красивыми и убедительными ни были создаваемые теории, они не должны приобретать статус привилегированных и единственно правильных, как это произошло сейчас в сфере коммуникативистики, где имена М. Маклюэна, Н. Лумана, Ю. Хабермаса и некоторых других исследователей коммуникативных процессов соотносятся чуть ли не священным Граалем, хранящим в себе свет вечной истины.

Литература

1. Curran J. Media and Power. London : Routledge, 2002.
2. Луман Н. Реальность масс-медиа. М., 2012.
3. Борецкий Р. А. Телевидение как социальная технология и социальный институт // Телерадиоэфир: история и современность. М., 2005.

4. *Старобахин Н. Н.* Освещение социально-политических событий в теленовостях как способы конструирования реальности // Медиаскоп. 2008. № 2. URL: <http://mediascope.ru/node/251>.
5. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.
6. *Матвеева Е. О.* Влияние глобализации на развитие и трансформацию функций отечественных медиатекстов // Новая культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: право, медиа и национальная идентичность / Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации. М., 2019. С. 321–327.
7. *Аблеев С. Р.* Универсум Сознания. М. : Амрита, 2010.
8. *Акимов А. Е., Карпенко Ю. П.* Место сознания в системе современного научного знания // Живая Этика, наука, общество : сборник. Пенза, 2000.
9. *Артц У., Чейс Б., Висенте М.* Кроличья нора, или Что мы знаем о себе и Вселенной. М. : Эксмо, 2012.
10. *Бобров А. В.* Полевая концепция механизма сознания // Сознание и физическая реальность. 1999. Т. 4, № 3.
11. *Винник Д. В.* Сознание как проблема в современной философии и науке // Философия науки. 2002. № 4 (15).
12. *Моторина Л. Е.* Философская антропология. М. : Высш. шк., 2003.
13. *Налимов В. В.* Спонтанность сознания. Вероятностная теория смыслов и смысловая архитектура личности. М. : Изд-во «Прометей» МГПИ им. Ленина, 1989.
14. *Налимов В. В.* В поисках иных смыслов. М. : Изд. группа «Прогресс», 1993.
15. *Поликарпов В. С.* Наука и мистицизм в XX в. М. : Мысль, 1990.
16. *Прист С.* Теории сознания. М. : Дом интеллектуальной книги, Идея-Пресс, 2000.
17. *Райл Г.* Понятие сознания. М. : Дом интеллектуальной книги, Идея-Пресс, 2000.
18. *Рерих Е. И.* Космологические записи // У порога Нового мира. М. : МЦР, 2000.
19. *Бахтин М. М.* Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М. : Искусство, 1979.
20. *Соссюр Ф. де.* Заметки по общей лингвистике. М. : Прогресс, 1990.
21. *Jakobson R.* Linguistics. Relationship between the science of language and other sciences // Main trends of research in the social and human sciences. The Hague : Mouton, 1970. P. 419–453.
22. *Гордон А. Г.* Диалоги. М. : Предлог, 2004.

23. Ильин М. В. Язык Бога и чтение генома. Трансфер лингвистических аналогий в когнитивный аппарат современной биологии и генетических аналогий в языкознание // Блог Центра перспективных методологий ИНИОН РАН. URL: <http://cas-inion.blogspot.com/2018/11/>.

24. Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка // Лихачёв Д. С. Очерки по философии художественного творчества. СПб. : Русско-Балтийский информационный центр БЛИИЦ, 1996.

25. Кондаков И. В. Концептосфера русской культуры // Художественная культура. 2017. № 4 (22). URL: <http://artculturestudies.sias.ru/2017-4-22/teoriya-hudozhestvennoy-kultury/5269.html>.

26. Гачев Г. Д. Космо-психо-логос: Национальные образы мира. М. : Академический Проект, 2007.

27. Раишкова Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Rashk/02.php.

28. Гадамер Х.-Г. Истина и метод. Основы философской герменевтики. М., 1988.

29. Антипов Г. А. [и др.] Текст как явление культуры. Новосибирск : Наука, 1989.

30. Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и топологии культуры. URL: <http://yanko.lib.ru/books/cultur/lotman-selection.htm>.

31. Грушин Б. А. Массовое сознание. М. : Политиздат, 1987.

32. Мальковская И. А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. М. : Едиториал УРСС, 2004.

33. Ключанов И. Э. Коммуникативный универсум. М. : РОССПЭН, 2010.

34. Елисеева Ю. А. Коммуникативный универсум детского чтения : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Саранск, 1998.

35. Пац М.В. Коммуникативный универсум языка : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Саранск, 2000.

36. Коммуникативный универсум духовной культуры. М. : РосНОУ, 2015.

37. Калиома Л. А. Инклюзивная медиасреда как составляющая информационно-коммуникативного универсума // Медиа. Информация. Коммуникация. 2017. № 21. URL: <http://mic.org.ru/new/634-inklyuzivnaya-mediasreda-kak-sostavlyayushchaya-informatsionno-kommunikativnogo-universuma>.

38. Якупов А. Н. Музыкальная коммуникация как универсум искусства // Культурное наследие России. 2016. № 2. С. 27–33.

39. Мальковская И. Зеркало и экран: культура различия и социальное пространство сходства // Наука телевидения. 2010. Т. 7. С. 34–35.

40. Степин В. С. Теоретическое знание. М. : Прогресс-Традиция, 2003.

41. Моисеев Н. Н. Еще раз о проблеме коэволюции // Вопросы философии. 1998. № 8.

42. Хайтун С. Д. Фундаментальная сущность эволюции // Вопросы философии. 2001. № 2. С. 152–166.
43. Курдюмов С. П. Законы эволюции и самоорганизации сложных систем. М., 1990.
44. Лем Ст. Солярис. URL: <http://online-knigi.com/page/143796?page=5>.
45. Князева Е. Мудрость среды: идеи Ф. Де Соссюра, Ф. Гваттари, Р. Тома в контексте развития биосемиотики // Философские науки. 2016. № 9. С. 61–76.
46. Гринченко С. Н., Шапова Ю. Л. Информационные технологии в истории Человечества // Приложение к журналу «Информационные технологии». 2013. № 8. М. : Новые технологии, 2013.
47. Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. Москва ; Жуковский : КАНОН-пресс-Ц ; Кучково поле, 2003.
48. Семеновкер Б. А. Эволюция информационной деятельности. Бесписьменное общество. М. : Пашков дом, 2007.
49. Тоффлер Э. Третья волна. М. : АСТ, 2004.
50. Черный Ю. Ю. Архивы, библиотеки, музеи в глобальной информационной среде // Роль библиотек в информационном обеспечении исторической науки. М. : Этерна, 2016. С 43–67.
51. Черный Ю. Ю. Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) как инструмент геополитической экспансии развитых государств // Сборник материалов XVI конференции «Наука. Философия. Религия: Человек перед вызовом новейших информационных и коммуникативных технологий» (г. Дубна, 21–22 окт. 2013 г.). М. : Фонд Андрея Первозванного, 2014. С. 56–69.
52. Черный Ю. Ю. Размышления об информационном обществе // Интернет и социокультурные трансформации в информационном обществе : сб. материалов Междунар. конф. (Южно-Сахалинск, 8–12 сент. 2013 г.). М. : МЦБС, 2014. С. 46–60.
53. Черный Ю. Ю. Шестая волна технологических инноваций: от информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) к конвергентным нано-био-инфо-когнитивным (НБИК) технологиям. Текст доклада на 25-м заседании совместного семинара ИПИ РАН и ИНИОН РАН «Методологические проблемы наук об информации» (г. Москва, ИНИОН РАН, 25 февр. 2016 г.). URL: http://inion.ru/site/assets/files/1482/mpni_25_chernyy_yu_yu_doklad_1.pdf.
54. Дзялошинский И. М. Философия цифровой цивилизации и трансформация медиакommunikаций. Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2020.
55. Шваб К. Четвертая промышленная революция. М. : Эксмо, 2016.
56. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб. : Петрополис, 1998.

The Analytical Potential of the Information and Communication Universe Concept

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2020. 7. pp. 5–29

Iosif M. Dzyaloshinskiy, Higher School of Economics (Moscow, Russian Federation).

E-mail: idzyaloshinsky@hse.ru

DOI: 10.17223/26188422/7/1

Keywords: media, media text, information and communication universe.

The article is devoted to the analysis of theoretical models that describe and explain the processes taking place in the field of mass communications. The article proves that generally accepted analytical models are no longer able to give a holistic and convincing explanation of the situation in modern mass communications. As a promising analytical toolkit, the concept of an information and communication universe is proposed. The history of the formation of this concept, structural and substantial features of the system designated by this concept are shown. According to the author, the information and communication universe is a complex, self-developing system, similar to such systems as populations, biogeocenoses, social institutions, etc. The information and communication universe has its own rhythms of functioning, similar to the pulsation of the universe, the tides of the ocean, the alternation of seasons, cycles of economic development, etc. Exploring these rhythms is one of the most important tasks of communication science. Considering the information and communication universe as a self-developing system, the author—relying on the works of Marshall McLuhan and other researchers—identified five stages (eras) of the development of this system: the preliterate stage, the handwritten text stage, the printed text stage, the stage of electronic communications, and the stage of computer communications. Offering a new concept of studying the processes currently taking place in mass communications, the author emphasizes that the proposed approach has some methodological limitations that minimize the ambitions of researchers in the field of studying communication processes.

References

1. Curran, J. (2002) *Media and Power*. London: Routledge.
2. Luhmann, N. (2012) *Real'nost' mass-media* [The Reality of the Mass Media]. Translated from German by A. Yu. Antonovskiy. Moscow: Praxis.
3. Boretskiy, R.A. (2005) *Televidenie kak sotsial'naya tekhnologiya i sotsial'nyy institut* [Television as a Social Technology and Social Institution]. In: Zasurskiy, Ya.N. (ed.) *Teleradioefir: istoriya i sovremennost'* [Television and Radio: History and Modernity]. Moscow: Aspekt Press.
4. Starobakhin, N.N. (2008) Coverage of Socio-Political Events in TV News as a Way of Constructing Reality (Based on the Example of Information Programmers Broadcast by Russian TV Channels in the Beginning of the XXI Century). *Mediascope – Mediascope*. 2. [Online] Available from: <http://mediascope.ru/node/251>. (In Russian).

5. Castells, M. (2000) *Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kul'tura* [The Information Age: Economy, Society and Culture]. Translated from English. Moscow: HSE.
6. Matveeva, E.O. (2019) [The Influence of Globalization on the Development and Transformation of the Functions of Domestic Media Texts]. *Novaya kul'tura kommunikatsiy v usloviyakh tsifrovoy i sotsiokul'turnoy globalizatsii: pravo, media i natsional'naya identichnost'* [New Communication Culture in the Context of Digital and Socio-Cultural Globalization: Law, Media and National Identity]. Proceedings of the International Conference. Moscow: Moscow State University. pp. 321–327. (In Russian).
7. Ableev, S.R. (2010) *Universum Soznaniya* [The Universe of the Mind]. Moscow: Amrita.
8. Akimov, A.E. & Karpenko, Yu.P. (2000) Mesto soznaniya v sisteme sovremenogo nauchnogo znaniya [The Place of the Mind in the System of Modern Scientific Knowledge]. In: Akimov, A.E. (ed.) *Zhivaya Etika, nauka, obshchestvo* [Living Ethics, Science, Society]. Penza: Nauchno-metodicheskiy tsentr.
9. Arntz, W., Chasse, B., & Vicente, M. (2012) *Krolich'ya nora, ili Chto my znaem o sebe i Vseleynoy* [What the Bleep Do We Know!™: Discovering the Endless Possibilities for Altering Your Everyday Reality]. Translated from English by A. Stepanova. Moscow: Eksmo.
10. Bobrov, A.V. (1999) Polevaya kontseptsiya mekhanizma soznaniya [The Field Concept of the Mechanism of the Mind]. *Soznanie i fizicheskaya real'nost'*. 4 (3).
11. Vinnik, D.V. (2002) Soznanie kak problema v sovremennoy filosofii i nauke [The Mind as a Problem in Modern Philosophy and Science]. *Filosofiya nauki*. 4 (15).
12. Motorina, L.E. (2003) *Filosofskaya antropologiya* [Philosophical Anthropology]. Moscow: Vyssh. shk.
13. Nalimov, V.V. (1989) *Spontannost' soznaniya. Veroyatnostnaya teoriya smyslov i smyslovaya arkhitektonika lichnosti* [The Spontaneity of the Mind. The Probabilistic Theory of Meanings and Semantic Architectonics of Personality]. Moscow: Izd-vo "Prometei" MGPI im. Lenina.
14. Nalimov, V.V. (1993) *V poiskakh inyykh smyslov* [In Search of Other Meanings]. Moscow: Izd. gruppy "Progress".
15. Polikarpov, V.S. (1990) *Nauka i mistitsizm v XX v.* [Science and Mysticism in the Twentieth Century]. Moscow: Mysl'.
16. Priest, S. (2000) *Teorii soznaniya* [Theories of the Mind]. Translated from English by A.F. Gryaznov. Moscow: Dom intellektual'noy knigi, Ideya-Press.
17. Ryle, G. (2000) *Ponyatie soznaniya* [The Concept of Mind]. Translated from English. Moscow: Dom intellektual'noy knigi, Ideya-Press.
18. Roerich, E.I. (2000) *U poroga Novogo mira* [At the Threshold of the New World]. Moscow: MtsR. pp. 237–279.
19. Bakhtin, M.M. (1979) *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Aesthetics of Verbal Creativity]. Moscow: Iskusstvo. pp. 281–307.

20. Saussure, F. de. (1990) *Zametki po obshchey lingvistike* [Course in General Linguistics]. Translated from French by B.P. Narumov. Moscow: Progress.
21. Jakobson, R. (1970) Linguistics. Relationship between the science of language and other sciences. In: UNESCO (ed.) *Main trends of research in the social and human sciences*. The Hague: Mouton pp. 419–453.
22. Gordon, A.G. (2004) *Dialogi* [Dialogues]. Moscow: Predlog.
23. Il'in, M.V. (2018) *Yazyk Boga i chtenie genoma. Transfer lingvisticheskikh analogiy v kognitivnyy apparat sovremennoy biologii i geneticheskikh analogiy v yazykoznanie* [The Language of God and the Reading of the Genome. Transfer of Linguistic Analogies to the Cognitive Apparatus of Modern Biology and Genetic Analogies in Linguistics]. [Online] Available from: <http://cas-inion.blogspot.com/2018/11/>.
24. Likhachev, D.S. (1996) *Ocherki po filosofii khudozhestvennogo tvorchestva* [Essays on the Philosophy of Artistic Creativity]. St. Petersburg: Russko-Baltiyskiy informatsionnyy tsentr BLITs. pp. 147–165.
25. Kondakov, I.V. (2017) Kontseptosfera russkoy kul'tury [The Conceptosphere of Russian Culture]. *Khudozhestvennaya kul'tura – Art & Culture Studies*. 4 (22). [Online] Available from: <http://artculturestudies.sias.ru/2017-4-22/teoriya-hudozhestvennoy-kultury/5269.html>.
26. Gachev, G.D. (2007) *Kosmo-psikho-logos: Natsional'nye obrazy mira* [Cosmo-Psycho-Logos: National Images of the World]. Moscow: Akademicheskii Proekt.
27. Rushkoff, D. (2003) *Mediavirus. Kak pop-kul'tura tayno vozdeystvuet na vashe soznanie* [Media Virus!: Hidden Agendas in Popular Culture]. Translated from English by D. Borisov. [Online] Available from: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Rashk/02.php.
28. Gadamer, H.-G. (1988) *Istina i metod. Osnovy filosofskoy germenевtiki* [Truth and Method]. Translated from German. Moscow: Progress.
29. Antipov, G.A. et al. (1989) *Tekst kak yavlenie kul'tury* [Text as a Cultural Phenomenon]. Novosibirsk: Nauka.
30. Lotman, Yu.M. (1992) *Stat'i po semiotike i topologii kul'tury* [Articles on Semiotics and Cultural Topology]. Tallin: Aleksandra. [Online] Available from: <http://yanko.lib.ru/books/cultur/lotman-selection.htm>.
31. Grushin, B.A. (1987) *Massovoe soznanie* [The Mass Mind]. Moscow: Politizdat.
32. Mal'kovskaya, I.A. (2004) *Znak kommunikatsii. Diskursivnye matritsy* [Sign of Communication. Discursive Matrices]. Moscow: Editorial URSS.
33. Klyukanov, I.E. (2010) *Kommunikativnyy universum* [Communicative Universe]. Moscow: ROSSPEN.
34. Eliseeva, Yu.A. (1998) *Kommunikativnyy universum detskogo chteniya* [The Communicative Universe of Children's Reading]. Abstract of Philosophy Cand. Diss. Saransk.
35. Pats, M.V. (2000) *Kommunikativnyy universum yazyka* [The Communicative Universe of Language]. Abstract of Philosophy Cand. Diss. Saransk.

36. Bazhanov, V.A. et al. (2015) *Kommunikativnyy universum dukhovnoy kul'tury* [The Communicative Universe of Spiritual Culture]. Moscow: RosNOU.
37. Kallioma, L.A. (2017) Inclusive Media Environment as a Component of Information-Communicative Universe. *Media. Informatsiya. Kommunikatsiya – Media. Information. Communication*. 21. [Online] Available from: <http://mic.org.ru/new/634-inklyuzivnaya-mediasreda-kak-sostavlyayushchaya-informatsionno-kommunikativnogo-universuma>.
38. Yakupov, A.N. (2016) Musical Communication as Art Universum. *Kul'turnoe nasledie Rossii – Cultural Heritage of Russia*. 2. pp. 27–33. (In Russian).
39. Mal'kovskaya, I. (2010) Zerkalo i ekran: kul'tura razlichiya i sotsial'noe prostranstvo skhodstva [Mirror and Screen: The Culture of Difference and the Social Space of Similarity]. *Nauka televideniya*. 7. pp. 34–35.
40. Stepin, V.S. (2003) *Teoreticheskoe znanie* [Theoretical Knowledge]. Moscow: Progress-Traditsiya.
41. Moiseev, N.N. (1998) Eshche raz o probleme koevolyutsii [Once Again on the Problem of Co-Evolution]. *Voprosy filosofii – Problems of Philosophy*. 8.
42. Khaytun, S.D. (2001) Fundamental'naya sushchnost' evolyutsii [The Fundamental Essence of Evolution]. *Voprosy filosofii – Problems of Philosophy*. 2. pp. 152–166.
43. Kurdyumov, S.P. (1990) *Zakony evolyutsii i samoorganizatsii slozhnykh sistem* [The Laws of Evolution and Self-Organization of Complex Systems]. Moscow: Nauka.
44. Lem, St. (1961) *Solyaris* [Solaris]. Translated from Polish. [Online] Available from: <http://online-knigi.com/page/143796?page=5>.
45. Knyazeva, E. (2016) The Wisdom of the Medium: Ideas of F. de Saussure, F. Guattari and R. Thom in the Context of Development of Biosemiotics. *Filosofskie nauki – Russian Journal of Philosophical Sciences*. 9. pp. 61–76.
46. Grinchenko, S.N. & Shchapova, Yu.L. (2013) Informatsionnye tekhnologii v istorii Chelovechestva [Information Technology in the History of Humankind]. *Prilozhenie k zhurnalu "Informatsionnye tekhnologii"*. 8. Moscow: Novye tekhnologii.
47. McLuhan, M. (2003) *Ponimanie media: Vneshnie rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: The Extensions of Man]. Translated from English by V. Nikolaev. Moscow; Zhukovskiy: KANON-press-Ts, Kuchkovo pole.
48. Semenovker, B.A. (2007) *Evolutsiya informatsionnoy deyatel'nosti. Bespis'mennoe obschestvo* [Evolution of Information Activity. An Oral Society]. Moscow: Pashkov dom.
49. Toffler, A. (2004) *Tret'ya volna* [The Third Wave]. Translated from English. Moscow: AST.
50. Chernyy, Yu.Yu. (2016) Arkhivy, biblioteki, muzei v global'noy informatsionnoy srede [Archives, Libraries, Museums in the Global Information Environment]. In: Chubar'yan, A.O. & Firsov, V.R. (eds) *Rol' bibliotek v informatsionnom obespechenii istoricheskoy nauki* [Role of Libraries in the Information Support of Historical Science]. Moscow: Eterna. pp. 43–67.

51. Chernyy, Yu.Yu. (2014) [Information and Communication Technologies (ICT) as a Tool of Developed Countries' Geopolitical Expansion]. *Nauka. Filosofiya. Religiya: Chelovek pered vyzovom noveyshikh informatsionnykh i kommunikativnykh tekhnologiy* [Science. Philosophy. Religion: Man Facing the Challenge of the Latest Information and Communication Technologies]. Conference Proceedings. Dubna. 21–22 October 2013. Moscow: Fond Andrey Pervozvannogo. pp. 56–69. (In Russian).

52. Chernyy, Yu.Yu. (2014) [Reflections on the Information Society]. *Internet i sotsiokul'turnye transformatsii v informatsionnom obshchestve* [Internet and Sociocultural Transformations in the Information Society]. Proceedings of the International Conference. Yuzhno-Sakhalinsk. 8–12 September 2013. Moscow: MtsBS. pp. 46–60. (In Russian).

53. Chernyy, Yu.Yu. (2016) [The Sixth Wave of Technological Innovation: From Information and Communication Technologies (ICT) to Convergent Nano-Bio-Info-Cognitive (NBIC) Technologies]. *Metodologicheskie problemy nauk ob informatsii* [Methodological Problems of Information Sciences]. Report at the Seminar. Moscow. February 25, 2016. [Online] Available from: http://inion.ru/site/assets/files/1482/mpni_25_chernyy_yu_yu_doklad_1.pdf. (In Russian).

54. Dzyaloshinskiy, I.M. (2020) *Filosofiya tsifrovoy tsivilizatsii i transformatsiya mediakommunikatsiy* [The Philosophy of Digital Civilization and the Transformation of Media Communications]. Chelyabinsk: South Ural State University.

55. Schwab, K. (2016) *Chetvertaya promyshlennaya revolyutsiya* [The Fourth Industrial Revolution.]. Translated from English. Moscow: Eksmo.

56. Eco, U. (1998) *Otsutstviyushchaya struktura. Vvedenie v semiologiyu* [The Missing Structure. Introduction to Semiology]. Translated from Spanish by A.G. Pogonyaylo, V.G. Reznik. St. Petersburg: Petropolis.