

Научная статья
УДК 008
doi: 10.17223/26188422/11/2

О границах современного кибергуманизма

Антон Николаевич Фортунатов

*Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского,
Нижегород, Россия, anfort1@yandex.ru*

Аннотация. Вследствуется проблема обратного влияния киберреальности на социум. Ставится вопрос об антагонизме двух модусов человеческого бытия – медийного и социального. В их противостоянии реальное поведение человека начинает испытывать все более жесткие императивы со стороны медиаобразов, что в конечном итоге разрушительно влияет на все традиционные основы социальных отношений. Эпоха не критичного отношения к продукции масс-медиа началась с момента изобретения видеомэгнитофона. Визуальные образы, которые перестали быть следствием личного наблюдения, превратились в медийные пазлы, и они стали наиболее мощным инструментом воздействия на сознание человека. Технологии довели визуальную картинку до совершенства, превратив ее в не обсуждаемый императив в отношении человека.

Ключевые слова: кибергуманизм, киберреальность, визуальный образ, медиа, идентификация

Для цитирования: Фортунатов А. Н. О границах современного кибергуманизма // Вопросы журналистики. 2022. № 11. С. 42–53. doi: 10.17223/26188422/11/2

Original article
doi: 10.17223/26188422/11/2

On the limits of modern cyberhumanism

Anton N. Fortunatov

*Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod,
Russian Federation, anfort1@yandex.ru*

Abstract. The article analyzes the problem of the influence of cyberreality on social life. Today, the imperatives from the media towards consumers are becoming more and more rigid, peremptory, requiring unconditional obedience. Artificial in-

telligence allows technologies to become “smart”, which implies their autonomy, lack of control, the “right” to have their own judgments about social life, up to making legal decisions. The history of television, which the author has been studying in recent years, allows us to assert the supremacy of visual communication in modern processes of communicative expansion. Television, despite the fact that it has already ceased to be the main means of mass communication, especially among the youth audience, has left its indelible mark on the development of communication technologies. Visual images, separated from the empirical practice of the audience, create a new ethics of communication, in which uncritical obedience to the proposed meanings becomes the “normal” state of a person. Information consumers turn into “ego-media” that simultaneously distribute and consume their own content. Such people are an ideal embodiment of communication ethics, since they are absolutely subordinate to the imperatives of the media. Today, it has become commonplace to lose human appearance, minimal conceptions of shame and humanity for the sake of ephemeral popularity in social networks. The article proposes a new look at the ontological significance of the game phenomenon. Today, it is not just an explication of cultural practices, but a constant process of searching for boundaries between real and virtual realities. The game, provided with artificial intelligence and advanced technologies, becomes a more attractive reality than the gray, nondescript everyday life. An analysis of foreign studies on visual technologies, as well as the author’s own empirical data, allows us to speak about a new, modern quality of communication processes. Today, the main focus is on identification technologies. This identification, in turn, increasingly becomes an image imposed on a person, but not suffered, acquired or immanently inherent in them. In addition, the technological capabilities of identification are increasingly being used to physically destroy a person, and “killing with a glance” is one of the types of modern information warfare. Communication technologies have gradually lost their most important purpose – to inform and unite people. Today they are increasingly used to suppress dissent, to unify social processes. In his conclusions about the prospects of social and communicative antagonism, the author adheres to an optimistic point of view. Humankind has repeatedly experienced attempts at totalitarian suppression of dissent, the transformation of hundreds of millions of people into a homogeneous mass. However, each time these attempts ended in a fiasco, and society acquired new perspectives for reflection.

Keywords: cyberhumanism, cyberreality, visual image, media, identification

For citation: Fortunatov, A.N. (2022) On the limits of modern cyberhumanism. *Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies*. 11. pp. 42–53. (In Russian). doi: 10.17223/26188422/11/2

Отчетливое разделение реальности на медийную и обыденную произошло в момент расцвета телевидения, точнее, в период массового внедрения видеоманитрофонов, превративших социальную онтологию в полотно не прекращающейся игры со смыслами и значениями.

Именно тогда социальная действительность начала представляться в виде строительного материала для более яркой, более реальной телевизионной картинки, ставшей порталом в постсоциальность, которая, в свою очередь, обрела прочные основания благодаря цифровым технологиям. Сегодня, собственно, уже не нужны специально организуемые, призрачные переходы от грустной действительности в волшебный виртуальный мир. Самые немыслимые и захватывающие события происходят по ту сторону экрана (например, киберполицейские в виде аватаров могут устроить облаву на NFT-вечеринке, причем театральность этого виртуального события является основной его характеристикой, в то время как в аналогичной ситуации в реальности оно бы подразумевало наведение порядка, соблюдение закона и т.д.) Предложенный в скобках пример чётко иллюстрирует собственный язык, а стало быть, логику и мировоззрение, которые хорошо понятны инкорпорированным в киберреальность псевдолюдям, но звучит полной тарабарщиной для всех, кто еще пытается держаться за реалии прежнего мира.

Однако разделение и все более четкие границы между двумя реальностями уже не являются проблемой: они существуют, их ощущают все участники процесса информационного обмена, как с киберстороны, так и со стороны социальной жизни. Нас интересует здесь процесс обратного влияния киберсоциума на «традиционное» общество. Последнее, исходя из многочисленных и ставших уже хрестоматийными исследований, состоит из индивидов, чьи представления пластичны, беспомощны и открыты любым незатейливым манипуляциям, что, в свою очередь, подразумевает развитие технологий замесы в сознании людей реальных событий на виртуальные химеры с точным соответствием императиву социологической теоремы Томаса: по своим последствиям в реальной жизни эти псевдособытия ничем не будут отличаться от тех, что могли произойти в жизни людей в действительности. Стало быть, война виртуального мира с социальностью – это борьба за реакции, за последствия, за общественно значимые действия тех, кто является «расходником» для киберреальности, т.е. простых людей.

Как это происходит? Одним из порталов, или «пограничных переходов», между социумом и виртуальным миром являются визуальные сервисы, технологии, ресурсы, продолжающие мощную телевизионную традицию создания неverifiedируемой, нерефлектируемой и не-

контролируемой псевдореальности. Они эксплуатируют известную готовность человека доверять всему тому, что облечено в визуальные формы. Императивность, пропагандистская лозунговость таких видеофайлов в буквальном смысле бросается в глаза: люди безо всяких преувеличений лезут из кожи вон, чтобы быть замеченными, теряют человеческий облик, любые представления о стыде и приличиях, лишь бы быть принятыми в качестве объектов виртуального внимания. Наш эмпирический опыт показывает, что подобные «герои» чаще всего обладают низким уровнем «традиционной» культуры, заменяя ее нахрапистостью, беспринципностью, хамством. Другими словами, визуальные нормы, детерминированные технологиями информационно-манипулятивного воздействия, влияют на реальное поведение большого количества людей, находящихся в них свою самореализацию. Они создают специфическую этику визуальности, которая проще, агрессивнее, конкретнее, чем этика традиционных отношений.

Сегодня технологии киберэкспансии начинают двигаться дальше. «Картинка» становится формой не обеспеченного аргументами императива в отношении социума. Императива, который самим фактом своего появления уже является незыблемым аргументом, не требующим, как прежде, идентификации, вопрошания, осмысления. Дипфейки, т.е. специально созданные визуальные иллюзии, мимикрирующие под настоящий мир и несущие в себе манипулятивные интенции, превращаются в повод для социальных изменений, не подразумевающих критического рассмотрения «за» и «против». Безапелляционность визуальности становится формой тоталитарного управления реальностью, которая не может противопоставить виртуальным импульсам весомые контраргументы. Речь не только и не столько о примате эмоционального воздействия на фоне слабого когнитивного сопротивления реципиентов, сколько о новом уровне логики социального мышления, в котором скорость принятия решений становится безусловной, а логические связки, многоходовые ассоциации объявляются индикаторами неправды. Возникает реальность медийных симулякров, когда ничем не обеспеченные символы превращаются в едва ли не самые главные ориентиры социального движения, а любые их референты, реальные или случайные, маркируются как заведомо ложные фейки (ведь заявить о себе они могут только в контексте и в логике коммуникации, а стало быть, получают маркировку «вторичных»).

Эмоциональный след – единственная реальность, ради которой стоит прикладывать усилия. Таков вердикт противостояния виртуального и действительного миров. Все остальное подвергается реинтерпретации, используется как строительный материал для очередного фейка. Вот почему, например, история, как застывшая эмоция, – безусловный клад для все новых и новых медийных рекурсий. Собственно, мифы как формы исторического самопроявления есть один из инструментов обратного воздействия виртуальности на реальное поведение людей. Визуальность – это способ формирования мифа, который, в свою очередь, не может не быть визуализированным образом, внятной картинкой, подразумевающей однозначность встречаемых эмоциональных реакций. Мифологизированность современного социального пространства уже стала обыденностью.

Вызывает интерес образ человека, инкорпорированного в мифологизированную киберреальность, потерпевшего поражение в борьбе с ней за свою самость. Важнейшая его черта – отсутствие сомнений, непротиворечивость мировосприятия, в котором «за него» уже все решили внешние по отношению к нему, непрозрачные (темные?) силы, обеспеченные всей мощью современных технологий. Нищеанская «смерть Бога» была лишь предвестницей нравственной пустыни, которая образовалась в мифологизированном сознании сетевой аудитории. Нравственность вообще – в гуманистическом понимании, как форма самореференции и идентификации на фоне Других, – утратила свое место в парадигме киберкультуры. Как минимум «Других» – в их антропологическом содержании – уже не существует: есть лишь аватарки, вымышленные имена, геймерские ники и киберобразы (как те виртуальные полицейские на NFT-вечеринке). Расправиться с такими сущностями можно по установленным правилам игры, опираясь на нехитрую этику эгоцентризма, где все средства хороши, а Другой – это чаще всего онтологический конкурент, не имеющий ни малейшего шанса, или, вернее, права на существование.

В недавнем исследовании Г. Шамаю «Теория дрона» есть эффектная аллегория: дрон – это «глаз, ставший оружием» [1. С. 16]. В этом образе много смыслов, открывающих этику новой реальности: визуальная фиксация – это уже не просто императив, приговор; она становится смертельно опасной уже самим фактом своей явленности. Вообще, идентификация в современном коммуникативном пространстве все больше напоминает собой не предвестницу встречи, а целеуказа-

ние, предшествующее уничтожению объекта «умным», высокоточным оружием (например, Маурицио Феррарис в своей книге о философии мобильного телефона говорит, что главным коммуникативным вопросом сегодня становится «где ты?», поскольку автор звонка заведомо известен по высвеченному номеру, а вот его местоположение может быть каким угодно; однако и сам факт звонка, как показывают многочисленные эпизоды современных боевых действий, может явиться сигналом к ракетной атаке [2]).

Таким образом, визуальные коммуникативные средства все больше обретают полицейские функции: идентификации, слежки, обнаружения, наказания. Человек, выходя из дома, попадает в перекрестие множества камер слежения, и случайное превышение скорости на собственном автомобиле автоматически подразумевает штраф, выносимый самой камерой независимо от того, каковы были мотивы у нарушителя (соответствующие сайты, особенно в Москве, пестрят примерами механических ошибок, «совершаемых» камерами при вынесении ими вердикта). Нарушителю же, в свою очередь, легче заплатить, чем пускаться в судебные тяжбы с реальными полицейскими, судьями и адвокатами, чей функционал фактически состоит в обслуживании решений технических центров принятия решений. Камеры позиционируются как средства «предотвращения нарушений», что добавляет скрытые коннотации в этот образ: в их функционале «наказание» становится лишь самым очевидным и простым делом, но их перспектива, особенно если учитывать безоглядное увлечение возможностями искусственного интеллекта, – это наказание за предполагаемые, возможные, еще не совершенные преступления.

При этом социальные результаты идентификации становятся все более призрачными и ненадежными (упомянутая книга Г. Шамаю открывает душераздирающей стенограммой, фиксировавшей ошибочную атаку американского дрона на афганские гражданские автомобили, которые были приняты за вооруженный конвой [1. С. 5]). Идентификация человека со стороны киберсистем – это наложение ярлыка, медийное искажение образа, но никак не ответ на вопрос «кто ты есть на самом деле?» (кому он интересен, этот ответ?). Современные информационные войны – это войны идентификации, когда прикнувшие к тому или иному стану пользователи превращаются в унифицированных или даже обезличенных персонажей, равно как и их враги в буквальном смысле теряют человеческий облик.

На протяжении своей истории человечество выработало несколько способов опознания реальности, обнаружения ее онтологических границ. Назовем среди них ритуалы и игры. Игра в ее традиционном понимании, которое пытался обнаружить, например, Й. Хейзинга, не дает нам четких представлений о сопряжении игровых экспликаций культуры с онтологическими основаниями пребывания человека в различных реальностях. Другими словами, игра объясняется самой игрой, и ее значение, выходящее за пределы культуры, «игриво» остается без обсуждения. Между тем это важнейший инструмент обнаружения человека в его реальном состоянии и ограничения этого состояния от других, сопряженных ему, с позиции которых и становится явным наличное бытие (уход в игру и возвращение из нее в реальность есть переход из Я в Другое и обратно; такую же функцию «модуса бытия» выполняет и ритуал, выбрасывая человека из реальности и возвращая обратно в нее). Именно с этой точки зрения современные игры, особенно компьютерные, виртуальные, основанные на «обыгрывании» возможностей искусственного интеллекта, являют собой достаточно явственные индикаторы состояний (вернее, пребываний) человека в виртуальном и действительном мирах. То есть суть современного геймерства – в ощупывании границы перехода между антропологическим и кибернетическим модусами и следующими за ними, описанными нами выше этикой, мировосприятием, культурой. Игра словно делает видимым невидимое – переход из фундаментальных оснований социального бытия в несерьезное состояние игровых фетишей.

Контраст между той и этой реальностями и есть фундаментальный смысл игры. И чем более рискован переход, тем азартнее игра. Не случайно шокирующие игры становятся формой элитного развлечения. Более того, серьезные, онтологически значимые социальные действия сегодня не могут не развиваться в игровом стиле именно по этой причине (согласно стенограмме, приводимой Шамаю, перед началом жестокого уничтожения женщин и детей американскими беспилотниками, операторы дронов выкрикивали – «вечеринка начинается»). Отсутствие чувства ответственности за кровавые преступления связано с дистанцированностью и ненастоящестем визуальной фиксации. Продолжая предыдущую аллегорию, визуальная игра в убийство дает возможность оператору увидеть себя на границе реальности, почувствовать себя «особенно живым». Отсюда, кстати, и рас-

пространенный операторский синдром циничного хладнокровия, когда вместо того, чтобы бросаться объекту на помощь, человек продолжает видеосъемку, позволяя попавшему в кадр человеку умереть или дойти до предела катастрофы (драматургия перевешивает сострадание, обнажая границы человечности).

Однако перипетии виртуальной игры несут в себе фундаментальное психологическое изменение, которого не могли предположить люди, жившие в доцифровые эпохи. Игровая реальность становится разумнее, надежнее, ярче, чем ее альтер эго в социальной жизни! Сегодня игровое действо – это прощупывание на настоящесть того, что раньше, в повседневности, не вызывало сомнений в своей подлинности. Соответственно, и настоящесть субъекта, себя – тоже становится онтологическим объектом для экспериментирования, выявления условий, при которых плоть и кровь уступают место экрану и цифре. И следует признать, что плоть и кровь все хуже справляются с миссией индикатора реальности. Суицидальность человеческой действительности это отчетливо выражает, при этом гипervитальность виртуального мира подчеркивает, кто же в человеческой (подростковой) душе хозяин.

Таким образом, в современной постреальности, реализующей себя в нарастающей борьбе между кибер- и традиционной культурой, отчетливо встает вопрос о праве медиа управлять антропологическим статусом современного индивида, равно как и вопрос о том, что возникающий медиамир должен получить правовые, образовательные, культурные границы своей экспансии. Образ «человека знающего» должен, наконец, прийти на смену современному «человеку осведомленному», превратившемуся в податливый материал для медийных экспериментов. Однако это поистине мюнхаузеновская задачка – вытащить самого себя за косичку из медиального болота.

Следует отметить, что современный повсеместный отказ молодежи от телевизионного контента чаще всего трактуется как индикатор отмирания прежнего телевидения как массового медиа: ему, дескать, на смену приходят цифровые сервисы, и интерактивные панели Яндекса легко заменяют прежний пульт переключения каналов. «В России начиная с 2014 года можно отметить некую закономерность: количество тех, кто отказывается от телевизионных продуктов, значительно увеличивается, при этом доля пользователей социальных сетей резко возрастает» [3. С. 112]. Интересно, что поколение Z, как отмечают исследователи, в коммуникативной среде «относительно мало-

численно», но «именно данная группа задает тренды. До определенного момента эту категорию потребителей игнорировали, пока производители контента не заметили многомиллионные просмотры у так называемых “You-Tube-журналистов” (“видеоинфлюэнсеров”))» [3. С. 113]. К сожалению, ученые на констатации этих двух трендов и останавливаются, не делая последнего шага, чтобы связать один с другим, а именно: социальные сети перехватили у телевидения манипулятивную мощь телевизионного воздействия, при этом они кастомизировали (индивидуализировали) свой контент под нужды малых социальных групп, а с повсеместным внедрением искусственного интеллекта в коммуникативную среду и вовсе сделали визуальный материал максимально соответствующим внутренним эстетическим и этическим представлениям человека об окружающем мире. Популярность сетевых ресурсов, делающих акцент не на тексте, даже коротком, а на аудиовизуальном контенте, на картинках, меняющих друг друга с поистине калейдоскопической быстротой, это хорошо иллюстрирует. Снижение масштабов охвата аудитории некогда мощной сети Twitter говорит об отставании текстовой культуры от визуальной в коммуникативной перспективе.

Это же обстоятельство приводит к новому статусу самого пользователя подобными сервисами. Мы называем это состояние «эго-медиа»: человек, замкнутый в своем мире нереферируемых, нерефлектируемых вспышек эмоций и сознания, сам превращается в медиа, распространяя в бескрайнюю сеть тот контент, который кажется ему правильным, адекватным его состоянию, современным (а значит, значимым, с его точки зрения, для других). Аудитория сегодня становится чисто техническим элементом коммуникативных практик лишь в том контексте, что она является индикатором рекламной привлекательности того или иного аккаунта. Неверифицируемая визуальность уничтожила аудиторию так же, как она уничтожила и значимость социального мира, поскольку и аудитория, и реальные события суть феномены одного и того же, заэкранного пространства, которое, как мы показали выше, утратило свою онтологическую значимость. История телевидения как самостоятельного медиа вполне естественно приводит к следующему финалу: «Новая система социальных координат сцементирована тем, что индивид как физическое лицо, как вполне четкая социальная единица, наконец, как материальный элемент информационных интеракций является лишь начальной (но от-

нюдь не последней!) “ступенькой” в этом таинственном переходе» – «в область выдуманных, искусственных отношений» [4. С. 129].

К сказанному остается добавить, что в медиатоталитаризме, признаки которого мы обнаружили, важное место занимают технологии подавления инакомыслия. Это удивительно, на первый взгляд, – ведь видеофиксация, как мы уже показывали, лишь хладнокровно фиксирует картинку, не вдаваясь в ее потаенные смыслы. Однако это не совсем так. Погруженное в пралогический мир общество совершенно в духе первобытного сознания отдает право на истину тому, кто первый зафиксировал объект, т.е. произвел видеосъемку. Именно на этом строятся современные информационные, фейковые войны: какими бы контраргументами ни обладал носитель смыслов и правды, если он получил видеообвинение в несовершенных преступлениях, оправдаться ему будет почти невозможно. При этом фейковость коммуникации, совершенно в духе подтасовок с помощью видеоманитов прошлого века, воспринимается массовой аудиторией как вполне приемлемый контекст. Медиа обрушиваются всей своей мощью именно на тех, кто начинает сомневаться в их праве искажать реальность, а потому любые разоблачения фейков высмеиваются, а их носители подвергаются кибер-отракизму. Такова отчасти судьба бывшего президента США Д. Трампа, на этом строится информационная война вокруг Украины. Другими словами, самое главное табу в киберреальности – это сомнение в фундаментальном праве медиа на отмеченную Н. Луманом рекурсию – самовоспроизводство на основе уже провозглашенных новостей, или, точнее, на воссоздании реальности с помощью уже оживших химер.

Предложенная в данной статье точка зрения остро ставит вопрос о перспективах современного цивилизационного развития и о горизонтах коммуникации как человекообразующего (или человекаразрушающего) процесса. Другими словами, речь идет о степени пассивности личности в ее мейнстримном окружении и о ее возможностях (почти утраченных), равно как и о праве, о воле – обрести собственную онтологическую значимость, а значит, вновь открыть для себя мир, не прошедший сквозь призму дипфейков и технологических искажений. На наш взгляд, агрессивность и безапелляционность коммуникативных императивов в адрес общества говорит о пределе развития коммуникации, вернее, о пределе ее рекурсивности, самовоспроизводства, выбросивших человека на периферию этого процесса. Продол-

жение убийств с помощью взгляда (если вспомнить «теорию дрона») фактически означает добровольное визуальное самоубийство человечества, т.е. его отречение от поиска новых способов рефлексии, идентификации и самоутверждения. Человечество уже переживало подобного рода угрозы (вспомним тоталитарные идеологии середины прошлого века, унифицировавшие мышление и мировоззрение сотен миллионов людей), и всякий раз эти кампании антигуманизма заканчивались победами здравого смысла, т.е. любви, сердечности, солидарности. Какой станет доктрина сопротивления коммуникативному антигуманизму, покажет ближайшее (поствоенное) время.

Список источников

1. Шамаю Г. Теория дрона. М. : Ад Маргинем Пресс; Музей современного искусства «Гараж», 2020. 280 с.
2. Феррарис М. Ты где? Онтология мобильного телефона. М. : Новое литературное обозрение, 2010. 346 с.
3. Ефанов А. А., Степанченко В. А. «Новый дивный мир» современных медиа в технологической парадигме // Журналистский текст в новой технологической среде: достижения и проблемы : сб. материалов III конф. PMMIS (Post massmedia in the modern informational society), Челябинск, 28–29 марта 2019 г. Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2019. С. 112–115.
4. Фортунатов А. Н. Эго-медиа. Социально-философские штрихи к истории телевидения. М. : Флинта, 2018. 174 с.

References

1. Chamayo, G. (2020) *Teoriya drona* [Drone theory]. Translated from French. Moscow: Ad Marginem Press; Museum of Contemporary Art "Garazh".
2. Ferraris, M. (2010) *Ty gde? Ontologiya mobil'nogo telefona* [Where are you? Mobile phone ontology]. Translated from Italian. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie.
3. Efanov, A.A. & Stepanchenko, V.A. (2019) ["The New Wonderful World" of Modern Media in the Technological Paradigm]. *Zhurnalistitskiy tekst v novoy tekhnologicheskoy srede: dostizheniya i problemy* [Journalistic Text in the New Technological Environment: Achievements and Problems]. Proceedings of the 3rd Conference PMMIS Chelyabinsk. 28–29 March 2019. Chelyabinsk: Chelyabinsk State University. pp. 112–115. (In Russian).
4. Fortunatov, A.N. (2018) *Ego-media. Sotsial'no-filosofskie shtrikhi k istorii televideniya* [Ego-media. Socio-philosophical strokes to the history of television]. Moscow: Flinta.

Информация об авторе:

Фортунов А. Н. — д-р филос. наук, профессор, зав. кафедрой социально-политических коммуникаций Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского (Нижний Новгород, Россия). E-mail: anfort1@yandex.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

A. N. Fortunatov, Dr. Sci. (Philosophy), professor, head of the department, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod (Nizhny Novgorod, Russian Federation). E-mail: anfort1@yandex.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 04.05.2022;
одобрена после рецензирования 16.05.2022; принята к публикации 16.05.2022*

*The article was submitted 04.05.2022;
approved after reviewing 16.05.2022; accepted for publication 16.05.2022.*