О. В. МОРОЗ

Мороз Оксана Владимировна
кандидат культурологии
доцент, Отделение социокультурных исследований, Российский государственный гуманитарный университет
Россия, 125993, Москва, Миусская пл., 6
Тел.: +7 (495) 250-68-27
доцент, Институт общественный наук, РАНХиГС
Россия, 119571, Москва, пр-т Вернадского, 82
Тел: +7 (495) 433-25-62
преподаватель магистерской программы «Медиаменеджмент», Московская высшая школа социальных и экономических наук
Россия, Москва, пр-т Вернадского, 82
Тел. + 7 (495) 434-72-82;
руководитель, независимый исследовательский портал «CultLook»
Сайт: cultlook.media
E-mail: oxanamol@gmail.com

СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИА КАК СВИДЕТЕЛЬ: РОССИЙСКИЙ ОПЫТ (САМО)ОПИСАНИЯ СООБЩЕСТВА[1]

Аннотация. В центре внимания статьи находится вопрос о кризисе современных медиа, который выражается в повсеместном технологическом и идеологическом отставании от норм культуры партиципации. Кратко рассматривая международный опыт медиакорпораций, автор предлагает обратить внимание на рекомендации представителей Media Studies, которые позволяют настроить другую оптику отношения менеджеров к аудитории и, соответственно, потенциально решить указанную проблему индустрии. В ходе исследования российского контекста автор приходит к выводу, что мультипликация производства контента за счет привлечения локальных свидетельств не только профессионалов, но и любителей не функционирует должным образом в русскоязычных кейсах. В российских медиа по-прежнему работают нормы авторитарного и морального высказывания, которые провоцируют

[1] Статья подготовлена в рамках исследования, осуществляемого для проектов «Цифровой город» ШАГИ РАНХиГС (при поддержке фонда Михаила Прохорова) и «Медиаответственность/Mediaresponsibility» (независимый проект CultLook).

© О. В. МОРОЗ

закрепление жестких менторских принципов репрезентации и проблематизации социокультурных реалий и практик сообществ, а также умаляют ценность гражданской рефлексии как элемента современной индивидуальной и коллективной культуры мышления и жизнедеятельности.

Ключевые слова: медиа, культура партиципации, multiple journalism, моральный свидетель, сообщество, эссенциализм

Для современных мировых медиа, независимо от степени ригидности взаимоотношений с аудиторией, лояльности по отношению к собственникам СМИ и принадлежности к тому или иному национальному сегменту, вопрос «экологичности» стратегий репрезентации нередко оказывается болезненным. По мнению представителей современной политической философии [Кукатас 2011] и Media Studies [Jenkins et al. 2009], причиной тому чаще всего оказывается технологическое и идеологическое отставание медиапроизводства от норм культуры партиципации, которые предполагают, среди прочего, толерантное и уважительное отношение к носителям разных точек зрения как свидетелям и участникам реальных событий и медийных дискуссий [Delwiche, Henderson 2012]. В первую очередь партиципация как культура соучастия в контексте медиасреды означает, что граждане могут не только слушать, но и быть услышанными в публичном пространстве вне зависимости от степени «конформности» или «шаблонности» высказываемой позиции. По мере седиментации обновленная этика порождения и трансляции смыслов в условиях партиципации провоцирует формирование у реципиентов не столько ожидания качественного фактчекинга и верификации информации (что должно быть профессиональной нормой работы любых медиаменеджеров), сколько не ангажированной институциональной лояльностью свободы выражения мнений. Однако пока мировая тенденция следования устаревшим профессиональным нормам медиапроизводства выливается, в первую очередь, в более чем частотное неудовлетворение таких нужд потребителей и пользователей [Potts 2014].

Впрочем, в российском сегменте медиарынка, который выступает объектом этого небольшого исследования, ситуация выглядит еще сложнее. В последние годы спикеры констатируют наличие четких тенденций к наращиванию мощи информационной войны и агрессивного противостояния носителей разных идеологических или мировоззренческих позиций [Moroz 2016][2]. В таком контексте критические замечания о простой невнимательности медиа к принципам партиципации, а следовательно, к нормам открытой, множественной и экологичной коммуникации с читателем/

[2] См., например: [Кто выигрывает 2015].

пользователем выглядят чрезмерно оптимистичными. В то же время можно предположить, что причины отмеченных трансформаций отечественных медиа и СМИ коренятся не только в кратко перечисляемых в статье общих проблемах индустрии, а потому последствия изменений могут быть более драматическими, чем привычные для западной «старой школы» журналистики споры о вирулентности культуры новых медиа. Несмотря на то что следующее далее аналитическое высказывание лишь приглашает к полноценным дискуссиям об ответственности производителей и потребителей контента, оно ставит, на мой взгляд, важные вопросы о том, какие социокультурные эффекты порождает некачественное медийное конструирование общественно важных смыслов.

1

Анализ глобального опыта медиапродюсирования свидетельствует, что представление о процессе создания публично распространяемого контента как о гражданском пакте, основанном на необходимости производства социально ответственного, т. е. «безопасного» дискурса, довольно часто выглядит мифологемой. Современные медиаменеджеры не всегда готовы использовать возможности и мощности цифровых технологий, а также прислушиваться к сопровождающим эти технические изменения социальным и антропологическим трансформациям [Mateo et al. 2010; Trappel et al. 2015].

В качестве иллюстрации этого тезиса достаточно напомнить, что еще несколько лет назад вполне корректным выглядело заявление директора Всемирной службы BBC Питера Хоррокса о примате институциональной журналистики перед работой тех, кого он во время своей лекции в Институте исследований коммуникации Университета Лидса назвал accidental journalists [Horrocks 2008]. Изменения этой позиции среди топменеджеров медиагигантов произошли довольно быстро: Хоррокс спустя четыре года на Всемирном медиасаммите в Москве смягчил свою риторику относительно профессиональных возможностей блогеров и гражданских онлайн-журналистов, признавая, что «преимущество интернета как одного из поставщиков новостей в том, что он обеспечивает честную среду для борьбы идей» [Асекритова, Белодедова 2012]. Тем не менее признаки сомнения в витальности «беспристрастной журналистики» за пределами больших медиакорпораций, обеспечивающих защиту своим работникам, в речах мировых лидеров производства контента не менее очевидны, чем в знаменитом выступлении Константина Эрнста на ежегодном международном телевизионном рынке MIPCOM в 2011 г. [Эрнст 2011]. Частотность же профессиональных апелляций к сетевому пространству как источнику более или менее опасных угроз указывает на ощущение кризиса, которое имплицитно сопровождает функционирование как журналистики (в качестве частного примера), так и других профессий, прочно связанных с миром медиа.

Исследователи, наблюдающие за подобной авторефлексией[3], в последнее время предлагают сделать беседы о кризисе более продуктивными, превратив скорбь по упущенным возможностям индустрии в разговор о новых вызовах и возможностях расширения границ профессионального поля. К подобным дискуссиям нередко привлекают специалистов-медиапрактиков из всемирно признанных научно-исследовательских центров, связанных с журналистским сообществом узами партнерства [Alejandro 2010]. Однако и ученые, чей авторитет основан в большей степени на теоретическом осмыслении механизмов функционирования медиа, предлагают «рецепты» этического и технологического обновления профессионального взгляда на ресурсы цифровой среды.

Так, в 2012 г. Мануэль Кастельс с группой экспертов опубликовал программный доклад «Будущее журналистики: сетевая журналистика» [Castells et al. 2012], в котором озвучил программу обновления классических «этических кодексов»[4] медиапроизводителей, необходимую медиумам в контексте дигитализации. В самом общем виде эта статья звучала как призыв к закреплению принципов multiple journalism, основанных на совмещении технических возможностей индустрии с этикой независимой журналистики. Применение на практике этих принципов, по мнению аналитиков, должно способствовать обогащению медийных нарративов элементами локальных свидетельств, которые аккумулируют антропологический, социальный и культурный опыт тех или иных сообществ. А привлечение к работе в профессиональном поле множества спикеров, способных сформулировать отчетливые высказывания, неизбежно спровоцирует усложнение способов визуализации и презентации производимых смыслов и умножение форматов, в том числе за счет сочетания функционала старых и новых медиа. В результате медиасреда станет не только полем разновеликих и свободно конкурирующих между собой мнений, но и привлечет новых пользователей — например, тех, кто принципиально отказывается от старых конвенциональных форм репрезентации в пользу, может, и менее традиционных, но не менее достойных ознакомления способов формирования информационной картины.

В качестве доказательства витальности такой профессиональной позиции, построенной на коллаборации профессионалов и любителей по принципу pro-ams коммуникации [Leadbeater, Miller 2004] и логике партиципаторной культуры, ученые создали одноименный проект Multiple Journalism[5], функционирующий как агрегатор инновативных кейсов. Усилиями исследователей и посредством привлечения внимательных непрофессиональных сетевых аналитиков авторам удалось собрать более 20 проектов,

[3] См. например: [Media 2008; 2013].

[4] См. например: IFJ Declaration of principles on the conduct of journalists (International Federation of Journalists), URL: http://www.ifj.org/about-ifj/ifj-code-of-principles.

[5] http://multiplejournalism.org.

представляющих различные вариации взаимодействия медиапрактиков с возможностями современной «цифры» и нормами гражданской ответственности, реализуемыми онлайн. Среди проектов, перечисленных на сайте, легко обнаруживаются виртуальные «новостные» игры, журналистика комиксов, doc-платформы, инструменты мэппинга и визуализации больших данных, облачное программное обеспечение, нацеленное на привлечение пользователей к процессу формирования контента, и т. д.

Внимательное погружение в специфику проекта несомненно ставит вопрос о скорости реализации «идеологии», предлагаемой Кастельсом и его коллегами. Некоторая часть даже отобранных ими проектов[6] не решает ключевого вопроса о легитимности этики и практики независимой журналистики для формирования корпуса медиавысказываний. Вместо со-участия профессиональных менеджеров и их аудитории в процессе создания контента можно встретить вполне обыденное, например для современных новостных медиа, использование интеллектуальной собственности тех, кто раньше выступал только в роли пассивных потребителей, для краудсорсингового увеличения мощностей медиаиндустрии.

Тем не менее сама попытка экспертов предъявить примеры самостоятельной независимой сетевой журналистики в модусе produsage не является бесполезной: авторам удается найти несколько кейсов, стратегии производства, развития и распространения которых удовлетворяют многим из озвученных критериев и демонстрируют перспективы качественного сотрудничества любителей и профессионалов в вопросе ответственного осмысления и производства контента. Так, бесспорным успехом становится площадка Metropolis TV[7] — журнал и веб-сайт, создаваемый силами общественного телевидения VPRO и направленный на аккумуляцию видеосюжетов, снимаемых журналистами, режиссерами (молодыми и образованными, но не обязательно обремененными профессиональной институциализацией в данный момент[8]), о локальных и национальных практиках, обычаях и т. д. Во многом благодаря довольно интенсивным обращениям к мировому сообществу[9], Metropolis TV сегодня работает с более чем 70 производителями контента со всего мира, которые выполняют главную функцию площадки: служат независимыми очевидцами «современности» как совокупности множества культур и повседневного опыта их носителей.

---

[6] К слову, многие из них не переведены на языки международного общения, например, InMedia Hong Kong (http://www.inmediahk.net) и Cenci Journalism Project (http://www.icenci.com).

[7] http://www.metropolistv.nl/en.

[8] См.: http://www.metropolistv.nl/en/content/join.

[9] См. разные технологии привлечения авторов в проект: профиль VPRO Metropolis в социальной сети LinkedIn (https://www.linkedin.com/company/vpro-metropolis); объявление «ВИОФУ и телевидение VPRO (Нидерланды) приглашает видеожурналистов» на ресурсе «Мы + мир вокруг нас» (проект творческого объединения ЮНПРЕСС при поддержке Young People's Media Network и Представительства Детского Фонда ООН (ЮНИСЕФ) в России): http://www.ynpress.ru/cgi-bin/news_we/viewnews.cgi?category=2&id=1203602904.

Таким образом, можно констатировать: калибровка интенций медиапроизводителей осуществляется не без помощи аналитиков, предлагающих новые стратегии преодоления кризиса индустрии и борьбы с моральным устареванием представлений о границах профессионализма. В основе рекомендаций теоретиков лежит предложение обратить внимание на проявления гражданской рефлексии, возможности реализации которой, судя по популярности социальных медийных сервисов и количеству независимых проектов, построенных на их мощностях, в последние годы только растут. Именно пользователи, выражающие публично свои позиции и приглашаемые к их презентации как акторы, а не потребители, умножают сценарии развития, а не только выживания качественных медиа. Поскольку за ними стоит опыт множественной фиксации потенциально бесконечного количества событий и наблюдений, их привлечение гарантирует серьезное увеличение мощностей индустрии, а также, потенциально, наращивание представлений аудитории о социальной ответственности, внимательности, а значит, привлекательности медиа.

2

В российском контексте рекомендации по применению принципов multiple journalism кажутся не слишком своевременными, и не только в связи с ресурсоемкостью подобных проектов. Гегемония государственных агентов в вопросах управления редакционной политикой и организации повестки дня неизбежно трансформирует границы ответственности тех, кто производит контент [Струков, Зверева 2014]. Подобные стратегии управления медиа, которые созвучны общей тенденции ужесточения норм социальной и культурной регуляции, приводят к воспроизводству или интенсификации не экологичных и сложных в реализации принципов уважительного отношения к множеству мировоззрений, но к представлению клишированных и одобряемых позиций.

С точки зрения технологического сопровождения процесса производства смыслов опциональными становятся необходимые для «будущего медиа» владение инструментами инфотейнмента и аналитики больших данных, а также умение грамотно и аккуратно использовать триггеры аффективного или рефлексивного мышления реципиентов. Внимание к тем, кто сидит по ту сторону экрана, например в формате мониторинга запросов аудитории и попыток их удовлетворить, зачастую реализуется как популистские игры с социальными и культурными стереотипами либо вообще не воспринимается как залог валидности и результативности коммуникации. Так, в последние годы наблюдаемый отказ от этики производства множественного дискурса сопровождается почти повсеместной легитимацией идеи информационной войны. Демонстрируемый в федеральных СМИ нарратив о цивилизационном конфликте, язык описания которого схож с картографированием биполярного мира второй половины XX в., дополняется репрезентацией идеи континуального поиска врагов (внешних

и внутренних). При условии отсутствия фактической конкуренции в медиасреде следствием этих процессов становится повсеместное упрощение стратегий взаимодействия с аудиторией. Как поверхностный, так и внимательный анализ контента федерального значения[10] или прецедентных выступлений лидеров мнения, политических функционеров[11] демонстрирует, что жесткая и менторская презентация «правильной» точки зрения для спикеров нередко оказывается предпочтительней уважения к способности реципиентов формировать собственные, зачастую «другие» суждения (о феномене способности к суждению см.: [Арендт 2014]).

При этом российские медиа трикстерски переосмысляют норму журналистики[12] как public good, т. е. общественного блага/товара, могущего существовать только в контексте диалога с обществом. Любой публично представляющий свою позицию спикер, претендующий на место в эфире, обязан быть с в и д е т е л е м, чтобы заслужить доверие аудитории, — в полном соответствии с нормами, предлагаемыми Кастельсом и его коллегами. Разница заключается в том, что в российских медиа, особенно за пределами пространства новых медиа, ценность партиципации не постулируется, а значит, спикером не может стать любой субъект, чье конституционное право — свобода самовыражения, а технологическое преимущество — возможность ее публичной репрезентации. Спикер в российских медиа должен обладать доказанным правом на публичность, статусом, наличие которого верифицирует физическую причастность к происходящему и позволяет фиксировать собственные и эксклюзивные в п е ч а т л е н и я как авторитетные и правдивые о ц е н к и. Так медиарепрезентация как артикуляция взгляда обретает в российском контексте презумпцию м о р а л ь н о г о с в и д е т е л ь с т в а с характеристиками, отличающими его от других форм самовыражения очевидцев, — оно наделено возможностью судить, выносить этические оценки. Место наблюдателей и очевидцев, фиксирующих в медиа драматически сталкивающиеся между собой взгляды на типичные или эксклюзивные события, происходящие в своем/чужом окружении и сообществе, занимают те, кто предпочитает давать показания.

Здесь стоит напомнить: феномен морального свидетельства в определенных исторических и социокультурных обстоятельствах, например в ситуации проработки травматического прошлого, необходим [Мороз, Суверина 2014: 59–74]. Массовое и публичное обсуждение пережитого, вынесение оценок, корректность которых оспаривается различными группами интересантов, может стать этапом общественного принятия проблем

[10] См., например, любой выпуск программы «Вести недели с Дмитрием Киселевым».

[11] См., например, запись в Инстаграме Магомеда Даудова по следам заявления лидера Чечни о деятелях внесистемной оппозиции: https://www.instagram.com/p/BApvJo8tBVe/?taken-by=lord_095.

[12] В данном случае под «журналистикой» я понимаю то содержание термина, которое отсылает к эссе [Castells et al. 2012], а именно всю совокупность вариантов публичной медийной репрезентации верифицируемых позиций и прошедших фактчекинг данных.

прежней социальной жизни и ключом к «излечению» общества [Рождественская 2009]. Периоды пересмотра истории общества, политического опыта нации, культурных и социальных основ бытования человеческих коллективов, приходящие на смену массовым катастрофам, неизбежно вызывают к жизни конкурирующие голоса таких свидетелей.

Впрочем, если дискурсивная борьба за общественную мораль и благо осуществляется в ситуации нарастания тотальности дискриминационных практик, роль такого свидетеля сводится к закреплению конвенциональных форм назидательного нарратива. И вместо разноголосицы общество получает нарративную доминанту — как, о чем и в каких интонациях говорить. Диалог с гражданами превращается в нотацию, а общественным благом становится согласие — с оценками и позициями, упакованными в форму медийного «моралите». В такой ситуации отсутствия интереса/возможностей гражданской рефлексии медиа неизбежно устаревают, технологически и идейно. В свою очередь, производители контента возвращаются к знакомым ролям «культуртрегеров» или «трендсеттеров», чей функционал, безотносительно идеологических пристрастий, — привычное конструирование триумфа определенной эссенциальной «нормы» (антропологической, социальной, культурной) и последовательное преследование того, что в предлагаемых обстоятельствах может быть обозначено как «девиация».

Впрочем, было бы недальновидным заключить, что только государственные медиа играют с доверием граждан, апробируя все новые инструменты наращивания дисциплинирующих «эффектов реальности». СМИ, описываемые российскими аналитиками рынка как «либеральные», в не меньшей степени ответственны за производство эссенциальной моральной мифологии, устанавливающей совокупность норм желаемого и одобряемого общественного поведения и нивелирующей смысл и значение «других» попыток самоопределения, а соответственно, сообществ «других».

Так, в 2014 г. журналист Андрей Лошак представил на канале «Дождь» документальный сериал «Путешествие из Петербурга в Москву: особый путь» [Лошак 2014], построенный как включенное наблюдение за российской провинцией, осуществляемое посредством интертекстуального диалога с текстом «начальника таможни по должности и либерала по убеждениям» А. Н. Радищева. Ориентируясь на Радищева как «прозападного либерального человека, жившего в эпоху невероятного патриотического подъема», Лошак, по собственным словам, хотел снять фильм-парафраз книги, создание и демонстрация которого поможет понять современникам, «что происходит за пределами МКАД и ‹…› чем по-настоящему живет страна, ‹…› что люди думают на самом деле» [Путешествие 2014].

Технически эта цель оказалась реализована: используя книгу как маршрутную карту, Лошак с небольшой съемочной группой проделал путь от одного мегаполиса к другому. В пути команда останавливалась в тех же населенных пунктах, что и критик конца XVIII в.; режиссер и автор фильма

сам общался с местными жителями, задавая вопросы, как им живется и как они относятся к власти. Ответы современников сопровождались цитатами из размышлений Радищева и отбирались так, чтобы голоса из Прошлого и Настоящего звучали практически рефреном. При этом монтаж каждой серии был построен вокруг конкурентной репрезентации точек зрения интервьюируемых, когда мнения, свидетельства разных людей с нередко диаметрально противоположными гражданскими позициями составляли импровизированный диалог.

Социальные и гуманитарные интенции Лошака при таком построении контента довольно очевидны. С одной стороны, он до конца следовал за Радищевым в поисках коллективного «мы» нации, делая ставку на структурно похожие (с учетом технологических и антропологических изменений) способы общения с респондентами. С другой стороны, автор эпохи Просвещения, совершая свое «сентиментальное путешествие», не мог не описывать со снисходительным состраданием жизнь «русского народа», представляемого им как относительно гомогенное образование с четкими эссенциалистскими характеристиками. Лошак же предлагал говорить о «нации» в лице конкретных групп, живущих в конкретных территориальных ареалах и социокультурной обстановке, как о прецедентном фрагменте того единственного сообщества, чьи интересы близки каждому зрителю и чье существование в меняющемся мире зависит от лабильности инструментов его общественной настройки и конструирования (подробнее об этом см.: [Андерсон 2001]).

Впрочем, практическая реализация этой идеологии постулирует нормативность совершенно иных категорий. Во всех сериях зрители неоднократно сталкиваются с отчетливой маркировкой своеобычности вокабуляра персонажей фильма[13], а также со скрупулезным следованием тексту первоисточника, которое лишено заметной иронии по отношению к господствующим в нем, скажем, либеральным, но имплицитно — имперским и снобистским интонациям. В результате вместо нарратива о множественных и конструктивистски осмысляемых основаниях феномена «российской нации», который мог бы стать аналогом уже упоминавшихся выше свидетельств об уникальном локальном опыте, фильм выглядит как бесконечная аргументативная и метафорическая манифестация природы сообщества — «русского народа». Впрочем, подобный эссенциализм хорошо согласуется с ключевой интенцией Лошака: показать «нам», зрителям телеканала «Дождь», как живут «они», остальная Россия, которую «мы» себе не представляем.

В результате фильм повторяет судьбу многих медийных проектов, далеких от современных норм ответственного производства контента. Он превращается в вариант авторитетного, если не авторитарного морального

[13] Например, ср. реплики в первых трех сериях фильма: «В этой жизни к лучшему мы не идем», «Сейчас происходит русский геноцид», «Кончился народ весь» и т. д.

в ы с к а з ы в а н и я, которое, как свидетельствуют уже упоминавшийся Мануэль Кастельс и прочие аналитики медиа, несомненно маркирует его как архаичное для современной медиасреды высказывание. Так, герои фильма Лошака, имевшие все возможности заявить о себе как об ответственных спикерах, не оказываются свидетелями, которые могут рассказать что-то особенное, неожиданное о способах понимания или воображения коллективного «мы». Будучи застигнутыми врасплох вопросами от журналиста, не скрывающего своего отношения к власти, они чаще публично озвучивают социально приемлемые мнения, стереотипы и клише о себе как носителях традиционных характеристик «народа». Не имея прежде опыта публичной демонстрации собственного мнения и примеров уважения к такой свободной артикуляции, они не желают нести ответственность за самостоятельность высказываний.

В то же время автор фильма, выступающий как третейский судья в споре «либералов» и «традиционалистов», реализует в данном случае собственные авторские амбиции. Транслируемый им эссенциализм в определении российского «мы» как противостояния «народа», этой квинтэссенции «правильного» сообщества в России, и страты, к которой принадлежит сам Лошак и представители которой «оторваны от того, что происходит в России», попадает в ожидания либеральной аудитории канала «Дождь» как адекватная индикация опыта (само)определения «своих» и «чужих». Последовательное изложение такого взгляда предлагает зрителю своеобразную индульгенцию: то, что демонстрируется как коллективная идентичность «россиян», не может быть признано синонимичным собственным социальным переживаниям понятием. Поэтому единственной релевантной дефиницией российского коллективного «мы» в этой оптике выступает совокупность лубочных картинок: разрушенных православных церквей, умирающих депрессивных деревень и богатых загородных резиденций Сталина и Путина, расположенных как будто специально рядом. В этом чувствуется привкус противостояния метафор «двух Россий», чуть ли не «города» и «деревни», что несомненно отсылает к архаичным стратегиям артикуляции проблем социальной, культурной и национальной идентичности.

В максимально общем виде проблемой такой экспликации опыта доминирующего сообщества и имплицитно сопровождающей его репрезентации «других» становится опора на стереотипы, а значит, клишированность и дискриминационность нарратива, созвучная, пусть только интонационно, мерам государственной регуляции. Получается, какому бы медиаисточнику ни принадлежало право морального свидетельства, итоговые сентенции в российском сегменте медиарынка в любом случае далеки от уважения «другого» мнения и базируются не на уверенности в перспективах соучастия, например в актах репрезентации окружающей действительности, но на необходимости трансляции и закрепления единственно верной совокупности суждений.

* * *

Определенный модус российских медиа, существующих в ситуации государственного прессинга и необходимости борьбы за любое свободное высказывание, влияет на интонации публичных высказываний. Довольно часто, будучи антипропагандистскими, эти сообщения пролонгируют знакомую логику отношения к обществу как материалу для реализации собственных властных интенций и амбиций. Такая, нередко имплицитная, оптика порождает невозможность опыта осмысления сообщества, в котором и для которого существуют медиа: выстраиваемая снобистская дистанция, конструирование граждан как воспринимающих «других», при этом наделенных примордиальными характеристиками, мешает принять и осмыслить их опыт как собственный. В результате (независимые) российские медиа, как отметил недавно Леонид Парфенов, вырождаются в коммуникацию по принципу «сами написали, сами почитали» [Парфенов 2015]. Моральное свидетельство любого представителя медиаиндустрии становится элементом дискриминационной практики: сообщество зрителей, которое в логике современной дигитальной и партиципаторной культуры должно восприниматься как компаньон в играх по производству мнений и смыслов, до сих пор остается непризнаваемым в качестве самостоятельного агента. А отсутствие интуитивного уважения к реципиентам приводит к редукции техник самостоятельной рефлексивной реакции на медиасообщения, к интенсификации стремления потреблять, а не вступать в диалог, и слушать, а не быть услышанными.

Литература

Андерсон 2001 — *Андерсон Б.* Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково Поле, 2001.

Арендт 2014 — *Арендт Х.* Ответственность и суждение. М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2014.

Асекритова, Белодедова 2012 — *Асекритова Е., Белодедова М.* «Хватит бояться перемен» // Slon.ru. 2012, 11 июля. URL: https://slon.ru/calendar/event/810097.

Кто выигрывает 2015 — Кто выигрывает в информационной войне? // Коммерсант.ru. 2015, 24 авг. URL: http://www.kommersant.ru/doc/2795112.

Кукатас 2011 — *Кукатас Ч.* Либеральный архипелаг. Теория разнообразия и свободы. М.: Мысль, 2011.

Лошак 2014 — Путешествие из Петербурга в Москву: особый путь: [Док. фильм в 6 сериях] / Автор фильма А. Лошак. 2014 // Дождь. URL: https://tvrain.ru/teleshow/puteshestvie_iz_peterburga_v_moskvu_osobyj_put.

Мороз, Суверина 2014 — *Мороз О., Суверина Е.* Trauma studies: история, репрезентация, свидетель // Новое литературное обозрение. № 125. 2014. С. 59–74.

Парфенов 2015 — «Журналистика никому не нужна». К 30-летию гласности в России. Речь Леонида Парфенова // Meduza. 2015, 17 марта. URL: https://meduza.io/feature/2015/03/17/zhurnalistika-nikomu-ne-nuzhna.

Путешествие 2014 — Путешествие из Петербурга в Москву // Эхо Москвы. 2014, 17 дек. URL: http://echo.msk.ru/programs/svoi-glaza/1456180-echo.

Рождественская 2009 — *Рождественская Е.* Словами и телом: травма, нарратив, биография // Травма: пункты / Сост. С. Ушакин, Е. Трубина. М.: Нов. лит. обозрение, 2009. С. 108–133.

Струков, Зверева 2014 — От центрального к цифровому: телевидение в России / Под ред. В. В. Струкова и В. В. Зверевой. Воронеж: Воронеж. гос. пед. ун-т, 2014.

Эрнст 2011 — [*Эрнст К.*] «Когда говорят, что телевидение убьет интернет, это глупость» // Коммерсант.ru. 2011, 13 окт. URL: http://www.kommersant.ru/doc/1793394.

Alejandro 2010 — *Alejandro J.* Journalism in the age of social media: Fellowship paper / Reuters Institute for the Study of Journalism; Oxford University. 2010. URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Journalism%20in%20the%20Age%20of%20Social%20Media.pdf.

Castells et al. 2012 — *Haak B. van der, Parks M., Castells M.* The Future of Journalism: Networked Journalism // International Journal of Communication. Vol. 6. 2012. URL: http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/1750/832.

Delwiche, Henderson 2012 — The participatory cultures handbook / Ed. by A. Delwiche, J. J. Henderson. New York: Routledge Press, 2012.

Horrocks 2008 — *Horrocks P.* Value of citizen journalism // BBC. 2008, January 7. URL: http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2008/01/value_of_citizen_journalism.html.

Jenkins et al. 2009 — *Jenkins H., Purushotma R., Weigel M., Clinton K., Robison A. J.* Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century. Cambridge, MA: MIT Press, 2009.

Leadbeater, Miller 2004 — *Leadbeater Ch., Miller P.* The Pro-Am revolution. How enthusiasts are changing our economy and society. London: Demos, 2004.

Mateo et al. 2010 — Mateo R. de, Bergés L., Garnatxe A. Crisis, what crisis? The media: Business and journalism in times of crisis // Journal for Global Sustainable Information Society. Vol. 8. No. 2. 2010. P. 251–254.

Media 2008 — Media industry in crisis as standards decline: Davies // ABC. 2008, August 27. URL: http://www.abc.net.au/7.30/content/2008/s2348362.htm.

Media 2013 — Media industry in crisis for a long time: Wolff // Bloomberg Business. 2013, February 15. URL: http://www.bloomberg.com/news/videos/b/a340b6b0-122f-4025-96de-3-e155177ec24.

Moroz 2015 — *Moroz O.* Hate speech hypocrisy // Digital Russia. [2015]. URL: http://article.digital-russia.com/hypocrisy.

Potts 2014 — *Potts M.* What the New York Times innovation report says about the state (and future) of digital news // American Journalism Review. 2014, May 19. URL: http://ajr.org/2014/05/19/new-york-times-innovation-report-digital-news.

Trappel et al. 2015 — European media in crisis: Values, risks and policies / Ed. by J. Trappel, J. Steemers, B. Thomass B. London: Routledge Press, 2015.

Contemporary media as witness: The Russian experience of a community's (self)description

Moroz, Oksana V.
PhD (Candidate of Science in Cultural Studies)
Associate Professor, Department of History and Theory of Culture, Russian State University for the Humanities
Russia, 125993, Moscow, Miusskaya sq. 6
Tel.: +7 (495) 250-68-27
Associate Professor, Institute of Social Sciences, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
Russia, Moscow, 119571, Prospect Vernadskogo, 82
Tel.: +7 (495) 433-25-62
Lecturer, The Moscow School of Social and Economic Sciences
Russia, 119571, Moscow, Prospect Vernadskogo, 82
Tel.: + 7 (495) 434-72-82
Head, Independent Research Project "CultLook"
Website: cultlook.media
Email: oxanamol@gmail.com

Abstract. This article examines the specifics of the crisis in today`s media, which is manifested as a general technological and ideological gap from the principles of participatory culture. After briefly considering the international experience of media corporations, the author pays special attention to recommendations from the field of Media Studies, which are concentrated on tuning managers` attitude towards the audience and on solving the relevant problems of the industry. As part of the study, the author analyses the case of the Russian media and concludes that multiplication of content production by involving Pro-Am witnesses does not work properly. The Russian media still operate on the basis of authoritarian and moral statements that stimulate the entrenchment of rigid principles of representation and problematisation of sociocultural realities and community practices, and downplay the value of civic reflection as part of an individual and collective culture of thought and life.

Keywords: media, participatory culture, multiple journalism, moral witness, community, essentialism.

References

Alejandro, J. (2010). *Journalism in the age of social media*: *Fellowship paper*. Reuters Institute for the Study of Journalism; Oxford University. Retrieved from https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Journalism%20in%20the%20Age%20of%20Social%20Media.pdf.

Anderson, B. (2001). *Voobrazhaemye soobshchestva: razmyshleniia ob istokakh i rasprostranenii natsionalizma* (Transl. from: Anderson, B. (1991). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso). Moscow: Kanon-Press-Ts, Kuchkovo Pole. (In Russian).

Arendt, H. (2014). *Otvetstvennost' i suzhdenie* (Transl. from: Arendt, H. (2003). *Responsibility and judgment*. New York: Schocken Books). Moscow: Izdatel'stvo Instituta Gaidara. (In Russian).

Asekritova, E., Belodedova, M. (2012, July 11). "Khvatit boiat'sia peremen" [Enough being afraid of changes]. *Slon.ru*. Retrieved from https://slon.ru/calendar/event/810097. (In Russian).

Delwiche, A., Henderson, J. J. (eds.) (2012). *The participatory cultures handbook*. New York: Routledge Press.

[Ernst, K. (2011, October 13)]. "Kogda govoriat, chto televidenie ub'et internet, eto glupost'" [It is nonsense to say that TV would kill the Internet]. *Kommersant.ru*. Retrieved from http://www.kommersant.ru/doc/1793394. (In Russian).

Haak, B. van der, Parks, M., Castells, M. (2012). The future of journalism: Networked journalism. *International Journal of Communication, 6*. Retrieved from http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/1750/832.

Horrocks, P. (2008, January 7). Value of citizen journalism. *BBC*. Retrieved from http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2008/01/value_of_citizen_journalism.html.

Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., Robison, A. J. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Cambridge, MA: MIT Press.

Kto vyigryvaet v informatsionnoi voine? (2015, August 24) [Who wins the informational war?]. *Kommersant.ru*. Retrieved from http://www.kommersant.ru/doc/2795112. (In Russian).

Kukatas, Ch. (2011). *Liberal'nyi arkhipelag*. *Teoriia raznoobraziia i svobody* [The *liberal archipelago*: A theory of diversity and freedom]. Moscow: Mysl'. (In Russian).

Leadbeater, Ch., Miller, P. (2004). *The Pro-Am revolution. How enthusiasts are changing our economy and society.* London: Demos.

Loshak, A. (2014). Puteshestvie iz Peterburga v Moskvu: osobyi put' [Journey from Petersburg to Moscow: A particular way: documentary in 6 series]. *Dozhd'* [Rain]. Retrieved from https://tvrain.ru/teleshow/puteshestvie_iz_peterburga_v_moskvu_osobyj_put. (In Russian).

Mateo, R. de, Bergés, L., Garnatxe, A. (2010). Crisis, what crisis? The media: Business and journalism in times of crisis. *Journal for Global Sustainable Information Society, 8*(2), 251–254.

[Media (2008, August 27)] — Media industry in crisis as standards decline: Davies. *ABC*. Retrieved from http://www.abc.net.au/7.30/content/2008/s2348362.htm.

[Media (2013, February 15)] — Media industry in crisis for a long time: Wolff. *Bloomberg Business*. Retrieved from http://www.bloomberg.com/news/videos/b/a340b6b0-122f-4025-96de-3e155177ec24.

Moroz, O. (2015). Hate speech hypocrisy. *Digital Russia*. Retrieved from http://article.digital-russia.com/hypocrisy.

Moroz, O., Suverina, E. (2014). Trauma studies: istoriia, reprezentatsiia, svidetel' [Trauma studies: History, representation, witness]. *Novoe literaturnoe obozrenie* [New literary review]*, 125*, 59–74. (In Russian).

[Parfenov, L. (2015, March 17)]. "Zhurnalistika nikomu ne nuzhna". K 30-letiiu glasnosti v Rossii. Rech' Leonida Parfenova ["Nobody needs journalism". On the 30th anniversary of *glasnost* in Russia. Leonid Parfenov's speech]. *Meduza* [Medusa]. Retrieved from https://meduza.io/feature/2015/03/17/zhurnalistika-nikomu-ne-nuzhna. (In Russian).

Potts, M. (2014, May 19). What the New York Times innovation report says about the state (and future) of digital news. *American Journalism Review*. Retrieved from http://ajr.org/2014/05/19/new-york-times-innovation-report-digital-news.

[Puteshestvie (2014, December 12)] — Puteshestvie iz Peterburga v Moskvu [Journey from Petersburg to Moscow]. *Ekho Moskvy* [Echo of Moscow]. Retrieved from http://echo.msk.ru/programs/svoi-glaza/1456180-echo. (In Russian).

Rozhdestvenskaia, E. (2009). Slovami i telom: travma, narrativ, biografiia [In words and body: trauma, narrative, biography]. In E. Trubina, S. Oushakine (eds.) *Travma: punkty* [Trauma: the points], 108–133. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie. (In Russian).

Strukov, V. V., Zvereva, V. V. (eds.) (2014). *Ot tsentral'nogo k tsifrovomu: televidenie v Rossii* [From the central to the digital: Television in Russia]. Voronezh: Voronezhskii gosudarstvennyi pedagogicheskii universitet. (In Russian)

Trappel, J., Steemers, J., Thomass, B. (eds.) (2015). *European media in crisis: Values, risks and policies*. London: Routledge Press.

Moroz, O. V. (2016). Contemporary media as witness: The Russian experience of a community's (self)description. *Shagi / Steps, 2*(1), 139–153