

Для цитирования: Александрова Л. Д.
Опыт саморефлексии в контексте
медиакультуры и цифровой культуры //
Социум и власть. 2018. № 3 (71). С. 23–29.

УДК 1.140

ОПЫТ САМОРЕФЛЕКСИИ В КОНТЕКСТЕ МЕДИАРЕАЛЬНОСТИ И ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Александрова Людмила Дмитриевна,
Русско-Британский институт управления,
директор высшей школы менеджмента,
кандидат философских наук,
Российская Федерация, 454014,
г. Челябинск, ул. Ворошилова, 12.
E-mail: Aleks.L.D@rbiu.ru

Аннотация

В данной статье рассмотрена специфика и существенные характеристики новых медиа, которые лежат в основе современной цифровой (цифровой) культуры. Выявляется проблема атрибутивного и необходимого статуса медиа для осуществления саморефлексии и создания смысловых образов медиакультуры. Обозначены тенденции к чрезмерному медианасыщению бытия человека множеством частных, относительных, случайных информационных потоков, создающих репрезентативный образ мира.

Ключевые понятия:

новые медиа,
медиакультура,
саморефлексия,
цифровая (дигитальная) культура,
коммуникация,
информация,
онтология,
дискурс,
искусство,
экзистенция,
инновации,
технологии,
информация,
сущность,
интерпретация,
личность,
осмысление.

Введение

Исследования современной культуры уже прошли долгий путь от создания критической теории новых медиа (В. Беньямин, М. Кастельс, Ж. Бодрийяр) до анализа киберкультуры. Однако основной отличительной чертой настоящего времени является экспансия цифровых технологий и создание междисциплинарных проектов типа Digital Humanities, позволяющих определять первую треть XXI в. как Digital culture («дигитальная культура»).

Философская рефлексия всегда являлась одним из важнейших ресурсов устойчивого развития и использовалась человеком и обществом для осмысления интегральных характеристик культуры, создания новых областей знаний и практического преобразования мира в соответствии с поставленными целями. Обращаясь к дефинициям, касающимся существенных характеристик медиакультуры, можно выделить те, которые коренным образом отличаются от традиционного, и являются теоретической и практической проблемой осмысления настоящего и будущего. Например, изменяется процесс формирования и развития личности, происходивший посредством живого опыта, самостоятельного движения к смыслообразованию и формированию универсальных критериев критического мышления и способностью к саморефлексии. Одновременно на смену этому опыту приходит медианасыщение человека множеством частных, относительных, случайных интерпретаций, лавинообразного информирования, создающего репрезентативный образ мира или образ, продуцируемый мышлением с помощью медиа и оцифровки.

Основная часть

Анализ категории «новые медиа», с одной стороны, указывает на специфику формирования и освоения совершенно новых каналов, объектов и способов коммуникации, отличных от аналоговых, «старых», традиционных, которая повлияла на появление таких феноменов как мультимедийность, гипертекстуальность, интерактивность, тотальная информатизация и оцифровка. Поэтому на содержание знаний, полученных в результате рефлексии как динамики мыслительных процессов

и эмоционально-чувственного восприятия мыслящего, оказывают влияние медиа-каналы и средства массовой информации (коммуникации), преобразовывающие их в конструкты медиареальности.

С нашей точки зрения дать исчерпывающее определение понятию «медиа» достаточно трудно в силу того, что медиации отводится универсальное положение, но содержание и формы существования требуется каждый раз уточнять. О какой вариации медиа идет речь: книга, фильм, картина, лекция, каковы технические возможности, содержательное наполнение, масштаб распространения и аудитория? В случае с новыми мульти/масс-медиа, чье технологическое расширение преодолевает пространственные и социальные барьеры, необходимо констатировать их вмешательство в наше мышление, опыт, мировоззрение. Обладая такой вседесущностью и всеохватностью, новые медиа формируют, корректируют и меняют наши представления о реальном, должном, ценностном, достоверном в том бесконечно текущем потоке логики, целесообразности и значимости которого вряд ли возможно четко определить.

Соучастие, содействие являются условиями медиальности, то есть выводят нас в ситуации взаимодействия, переплетая мышление и медиа, формируя связь такого рода, которая придает этому процессу-действию трансцендентальный характер. «Если мы исходим из трансцендентального условия, тогда необходимо ввести следующим условием принцип рефлексивности, так как трансцендентальные обоснования суть рефлексивные обоснования, и непонятно, каковы их эквиваленты применительно к медиа и их техническим детерминантам» [7].

Рефлексивное обоснование сущности технологического развития неизбежно выходит к проблематике существования человека в ситуации риска, опасности, которая исходит от нее. Для М. Хайдеггера размышления о сущности техники представляются в образах потаенности и выхода из неё, раскрытия потаенности, которая заложена в наличии. «Существо современной техники ставит человека на путь такого раскрытия потаенности, благодаря которому действительность повсюду, более или менее ясно, делается состоящей-в-наличии. То сосредоточивающее послание,

которое впервые ставит человека на этот путь раскрытия потаенности, мы называем миссией и судьбой» [11, с. 231]. Такого рода размышления о технике ассоциируют ее с рядом первоначальных понятий «искусство», «мастерство», а также «знание», «мышление». Техника из машины становится инструментом для расширения вовне.

Таким образом, ставится вопрос о технической стороне конструирования и функционирования медиа в центр жизненного мира и соотношения медиа с ним. Нас не интересует буквально техническое, нам важно символическое. Не цифровая (дигитальная) технология, а ее представление в медиа. Стремление к техническому раскрытию потаенности в данном случае приобретает, не только глобальный характер, но и вписывается в исторический контекст технической гонки, которая началась в XIX в. Наиболее убедительно этот процесс представляет дигитализация как перевод жизненного мира и информации в медиальность. Именно здесь темпы роста набрали самый предельный оборот.

Попробуем ответить на экзистенциальный вопрос современности: а что сегодня не медиа? Медиа как посредник в передаче информации, как носитель информации, как канал коммуникации. Движение от медиума к метафоре предполагает деконструкцию различия между собственной и не собственной речью; так, метафоризация может пониматься как перевод в другую сферу, состояние, существование. «Язык, собственная метафора которого не только является концептом медиального, но и предлагает метод его анализа, показывает, как именно она «переводит» сама себя, а именно языковые перевод и содействие в цифровые процессы трансмиссии технических медиа» [7]. Общая модель теории коммуникации и медиа подразумевает множественность переходов, переносов, переводов, т. е. такие ситуации в которых необходима метафора, трансмиссия и посредник. Средство коммуникации (или медиум, как это есть в оригинале «medium is the message») как соотношение наиболее справедливо по отношению к интернет-коммуникации. Разворачивая миф о Нарциссе, который употребляет М. Маклюэн не только с точки зрения расширения представлений о себе через зеркало (отражающую поверхность), мы можем его представить как симптом и

диагноз нашего времени. Саморепрезентации в социальных сетях современных медиа наиболее наглядно демонстрируют нарциссизм, как его понимал М. Маклюэн. «С появлением электрической технологии человек расширил, или вынес за пределы себя, живую модель самой центральной нервной системы. В той степени, в какой это действительно произошло, данное событие предполагает отчаянную и самоубийственную самоампутацию, словно центральная нервная система не могла более полагаться на физические органы как защитительный буфер, оберегающий ее от камней и стрел разбушевавшегося механизма» [6, с. 53].

Онтологические модусы медиареальности таковы, что существует осознание эпохального перехода от лингвистического взгляда к визуальному и медиальному принципу построения мира. В свое время постструктуралистская стратегия по отношению к тексту, представленная в работах Р. Барта, Ж. Дерриды, М. Фуко, закрепила в философии такие идеи, как многообразие дискурсивных практик, невозможность существования человека вне текста, деконструкция текста, тотальность языка, как преодоление трансцендентального означаемого [8, с. 1057]. Таким образом постулируется презумпция языковой, текстуальной реальности как исчерпывающе самодостаточной. Постструктурализм расширил понятие «текст», выведя его из лингвистической и литературоведческой зон влияния в широкое философское и культурологическое исследовательское поле. Мир, сконструированный с помощью слов, стал миром, конструирующимся фотографией. Иконический поворот как сдвиг культурной ситуации инициирует появление образа мира, в котором онтологическая проблематика переводится в план анализа визуальных образов, «полотен», клипов. Следуя за онтологическим и лингвистическим поворотами, и фиксируется «отход в средствах коммуникации от вербального способа к визуальному» [9, с. 10]. Но господство нового средства коммуникации изменяет существо восприятия, что в конечном итоге ведет к изменению понятия реальности. Медиальность приобретает главное качество – визуализацию, без которой немислимо представление информации. Слово – речь – текст – теперь недостаточные способы фиксации знания.

Опыт события – сообщения чего угодно от светской хроники до химического опыта – это его изображение/фотография/картинка.

Такое расширение границ текста делает процесс осмысления медиа основополагающим культурфилософским дискурсом. Цифровые технологии переводят, переносят, транспонируют весь архив культуры и наличный опыт в мультимедийную среду. Все стороны жизненного мира, проходя дигитализацию, формируют медиареальность, без которой невозможно представить современности. Цифровое бытие перешло границы фантастического допущения и стало условием настоящего конструирования реальности. Так, размышляя о новом, Б. Гройс [2, с. 40] затрагивает проблему соотношения культурной традиции и инноваций, будь то стремление к будущему или ориентация на прошлое. Истоки нового всегда укоренены в культуре как в иерархии ценностей. «Каждое явление внутри культуры подтверждает или опровергает эту иерархию – или, в большинстве случаев, подтверждает и опровергает одновременно» [2 с. 46]. Таковых примеров сегодня мы можем обнаружить достаточно много. Проходя дигитализацию (оцифровывание), явления культуры внезапно попадают в поле зрения и актуализируются. Здесь культурная иерархия уже не имеет тех четких границ различения, которые декларировались в Новое время, отделяя новое от старого на основе отношения к традиции и ее преодоления. Антропологическое и культурное значение новых медиа, таким образом, видится в расширении архивирования культуры и доступности этого архива для любого потенциального пользователя. Здесь, по мысли Б. Гройса, открывается «бесконечный экстаз рынка мнений» [3, с. 33].

Исходя из вышесказанных предварительных замечаний о медиа, не исчерпывающих всей широты феномена, очевидно, что медиаобразование в контексте философской рефлексии может быть рассмотрено предельно широко. Проблемное поле осмысления затрагивает такие аспекты, как философия техники и технологии, медиафилософия [1], теория коммуникации, современные эпистемологические исследования, философская антропология и частные направления, такие как визуальная культура, социопсихология восприятия медиа.

Одна из ключевых проблем в такой ситуации – доверие к медиа, более конкретно определяемое в педагогических исследованиях как критическое осмысление (как трансцендирование) медиа. Безусловно, это один из важнейших моментов при рассмотрении социализирующей роли медиа, где вскрывается не только традиционная задача передачи опыта и знаний – ценностей – норм, но и их интериоризация индивидом в осуществлении собственной жизненной стратегии. Возможно, что образование первым сталкивается с проблемой соотношения медиального и субмедиального, иными словами, как то, что представлено в медиа, соотносится с материальным. По формулировке Б. Гройса, мы наблюдаем и переживаем медиа-онтологическое подозрение и более широко известное в культуре состояние подозрения к человеку: «С таким же подозрением культура относится ко всем остальным знаковым носителям» [3, с. 33].

Конечно, данная формулировка проблемы более подходит для масс-медиа в самом широком употреблении этого термина. Так, исследуя отношение аудитории к интернет-сообщениям выявляется низкая критичность в их анализе, достоверность информации и источника, как правило, не проясняются, а автоматически передаются или остаются без внимания. Это формирует ситуации распространения недостоверной, а порой и ложной информации. Поэтому допущение медиа в общественное пространство – проект, требующий серьезной редакции контента. Мы не будем останавливаться на анализе образовательных проектов, которые уже активно представлены в медиа, поскольку все сколько-нибудь достойные обсуждения создаются командами профессиональных ученых, педагогов, исследователей чаще всего на университетской базе, то вопрос доверия к содержанию уже лежит в зоне юридической и профессиональной ответственности.

Что по-настоящему представляет интерес в рамках понимания медиа, так это попытка выявить процесс формирования современной картины мира, где медиареальность уже стала привычным способом ее символизации. «Можно сказать, что медиареальность создается символическими кодами власти, которые поставляют обществу модель мира в формах конкретно-чув-

ственного восприятия, а не рационального осмысления происходящего» [5, с. 77]. Кто выступает в роли массмедиального коммуникатора не столь важно, коль скоро нам приходится прорываться сквозь многослойность медиации. Поскольку самокрытие бытия (по М. Хайдеггеру) требует постоянного расширения вовне и его освоения, в том числе с помощью техники, возникает момент сомнения и саморефлексии. Практико-духовную связь человека с миром М. Хайдеггер называет «заботой», в которой, одновременно и вещи материального мира (внутримировые сущие) обретают смысл бытия (Логос) в отношении к человеческой деятельности. Но если мы не в силах контролировать медиации, то нам остается одна реальность мышления – подозрение. Для современной культуры такая ситуация двойственна, но очевидно, что доведение чего-либо до полной негации может дать положительный эффект, как в случае с картезианским радикальным сомнением. Ведь если единственная доступная реальность мышления – это подозрение, значит, надо продолжать копать, зерно истины где-то спрятано, за очевидной представленностью, которой обладают факты медиареальности, скрывается невиданный эвристический потенциал. Если в самом начале новые медиа критически осмыслялись как опасные для общества, ибо они стирают границы реальности, подменяют ее, убивают персональную идентичность, потворствуют эскапизму, игромании и т. д., то сегодня очевидно, что это лишь цифровая трансформация, просто мир переходит в иной формат. Любая переходная эпоха – это всегда кризис. Таким образом, появляется необходимость свыкнуться с новой реальностью, принять ее и научиться в ней жить. Многие социальные институты, представленные в современной культуре консервативны и болезненно переживают цифровую трансформацию, а участники межкультурной коммуникации теперь должны учитывать медиацию как необходимое условие.

Смыслообразом медиареальности становится его фрагментация (редукция, разрезание, коллажирование). Теория медиа исходит из исследований современного искусства и эстетики, а транслировать опыт этой художественной стратегии можно через медиаобразование. Медиа открывают

свое сообщение, опираясь на художественные стратегии – авангардные и постмодернистские, вовлекая фотографии, кино, клипы в визуальную коммуникацию.

Медиареальность в эпоху цифровой культуры потребовала от человека переосмыслить и осовременить качества личности, мировоззренческие и прикладные компетенции, без которых комфортное и плодотворное существование становится проблематичным. Актуальным для общества стала оцифровка объектно-предметной культуры и формирование нового самобытия (самости) личности, связанного с индивидуальным переживанием о возможности получать целостное (максимальное) знание о мире. На первых порах доминирующим аспектом для человека являлось максимальное информирование и даже увлеченность погружения в динамику медиапотоков, постепенно осознавалась пользовательская сторона, то есть умения, связанные с технологическим освоением того или иного информационно-коммуникативного средства. Затем акцент сместился на поисково-аналитическую область. С появлением сетевой культуры (взаимодействия в социальных сетях) востребованными оказались методики, помогающие собрать информацию, дать оценку, «свернуть» или «развернуть» информацию [4].

Заключение

На сегодняшний день многие из перечисленных проблем и задач решаются в довольно разветвленной системе медиаобразования. Российские и зарубежные эксперты в области медиаобразования сходятся во мнении, что «медиаобразование» (англ. media education – от лат. media – средства) термин, которым обозначают технологию образования, использующую средства массовой коммуникации (кинематограф, видео, интернет, мессенджеры и т. д.) как медиатексты, предполагающие понимание гуманитарного, антропологического, социального, культурного и политического контекста функционирования средств коммуникации и используемых ими способов представления действительности [10, с. 114].

Доступность и демократичность современных медиа практически уравнивает возможности совершенствования не только профессиональных компетенций, но и личного экзистенциального опыта. Обра-

щаясь к массовой аудитории, раскрываются и новые социальные роли человека, например: «человек-просьюмер» – человек – сопроизводитель цифрового контента, игр, новостей, виртуальных карт и т. д. Появление просьюмеров приводит к стиранию границ между потреблением и производством, игрой и работой, свободным временем и трудом, подрывает монополию профессионального сектора, вступает в противоречие с установившейся иерархией в культуре. Таким образом, медиа становятся полем борьбы за легитимное производство смыслов и установление новых культурных норм. Соответственно, медиакультура личности расценивается как современный уровень и результат распространения медиа, влияющих не только на определенный набор компетенций личности, но и на самоидентификацию и экзистенциальный опыт проживания и переживания современной эпохи. Чаще всего его накопление происходит вне рамок и границ какого-либо специально организованного процесса обучения, в процессе реального или медиадIALOGA. Таким образом, формирование медиакультуры личности – сложный, инновационный, а порой революционный процесс.

Как культура-универсум медиакультура вбирает в себя все основные способы освоения действительности, такие как: мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный/оценочный, практико-операционный, креативный. Возвращаясь к осмыслению результатов медиакультуры как экзистенциального опыта, хочется еще раз подчеркнуть, что медиакультура как уровень развития личности является результатом мышления как подозрения, когда за гипертекстуальностью и очевидной представленностью скрывается возможность формирования качественно нового современного типа личности.

1. Визинг Л. Шесть ответов на вопрос «Что такое медиафилософия?» // Издательский центр медиафилософии. URL: http://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/vizing_mediaphil/ (дата обращения: 11.04.2018).

2. Гройс Б. О новом. Опыт экономики культуры. М. : Ад Маргинем Пресс, 2015. 240 с.

3. Гройс Б. Под подозрением: феноменология медиа / пер. с нем. А. Фоменко. М. : Художественный журнал, 2006. 199 с.

4. Гук А. Медиаобразование как система результативных уровней медийной культуры личности // Информационные ресурсы России. 2013. № 5. URL: http://www.aselibrary.ru/press_center/journal/irr/irr4925/irr49255567/irr492555675572/irr4925556755725578/ (дата обращения: 01.04.2018).

5. Кузнецова Е. И. Медиареальность как коммуникативный медиум // Медиафилософия II: границы дисциплины : материалы междунар. науч. конф. (21–22 ноября 2008 г.). СПб. : Фак. философии и политологии СПбГУ, 2008. С. 67–79.

6. Маклюэн Г. М. Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. М. : Канон-пресс-Ц, 2003. 464 с.

7. Мерш Д. Мета/диа. Два различных подхода к медиальному // Издательский центр медиафилософии. URL: http://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/mersh_dia/ (дата обращения: 25.04.2018).

8. Можейко М. А. Трансцендентальное означаемое // Новейший философский словарь. 3-е изд., исправл. М. : Кн. дом., 2003. С. 1056–1057.

9. Савчук В. В. Философия фотографии. СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2005. 256 с.

10. Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов : ЦВВР, 2001. 708 с.

11. Хайдеггер М. Вопрос о технике // Время и бытие: статьи и выступления / пер. с нем. В. В. Библихина. М. : Республика, 1993. С. 221–238.

12. Галкин Д. В. Понять интерактивность: кибернетика в зеркале эстетики // Гуманитарная информатика. 2010. Вып. 5. С. 47–60.

13. Галкин Д. В. Цифровая культура: горизонты искусственной жизни. Томск : Изд-во ТГУ, 2013. 301 с.

14. Александрова Л. Д. Культура виртуальной коммуникации : монография. Челябинск : Изд-во НОУВПО РБИУ, 2012. 119 с.

15. Кузнецов С. Ощупывание слона: заметки по истории русского Интернета. М. : Новое литератур. обозрение, 2004. URL: <http://vikent.ru/enc/676/> (дата обращения: 26.04.2018).

16. Криволап А. Девальвация медиа-активизма: от «DIY» до «I LIKE» / Международный журнал исследований культуры, тема номера «Цифровая культура». URL: <https://culturalresearch.ru/ru/media/73-devact> (дата обращения: 27.04.2018).

17. Медиа. Электронная библиотека Института философии РАН. URL: <https://iphlib.ru/greenstone3/library/collection/newphilenc/document/HASH016ac36ab16e2b770addf56a> (дата обращения: 28.04.2018).

18. Метальникова В. Гаджеты и смыслы. Интернет-технологии и их влияние на культурные практики // Международный журнал исследований культуры. Цифровая культура. URL: <https://culturalresearch.ru/ru/media/71-gadgets> (дата обращения: 27.04.2018).

19. Кириллова. Н. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М. : Академ. проект, 2006. 448 с. URL: <https://www.ifap.ru/library/book380.pdf> (дата обращения: 28.04.2018).

20. Галкин Д. В. Бинарный язык и виртуальный дискурс: к философии цифровой культуры // Гуманитарная информатика. 2004. Вып. 1. С. 30–40.

References

1. Vizing L. Shest' otvetov na vopros «Chto takoe mediafilosofija?» [Media philosophy – what is it?] / Izdatel'skij centr mediafilosofii. Available at: http://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/vizing_mediaphil, accessed 11.04.2018 [in Rus].

2. Grojs B. (2015) O novom. Opyt jekonomiki kul'tury [About the new. Experience of the culture economy]. Moscow, Ad Marginem Press, 240 p. [in Rus].

3. Grojs B. (2006) Pod podozreniem: fenomenologija media [Under suspicion: the media phenomenology] / per. s nem. A. Fomenko. Moscow, Hudozhestvennyj zhurnal, 199 p. [in Rus].

4. Guk A. Mediaobrazovanie kak sistema rezul'tativnyh urovnej medijnoj kul'tury lichnosti. [Media education as a system of effective levels of personality media culture]. Available at: http://www.aselibrary.ru/press_center/journal/irr/irr4925/irr49255567/irr492555675572/irr4925556755725578, accessed 01.04.2018 [in Rus].

5. Kuznecova Ye.I. (2008) Mediareal'nost' kak kommunikativnyj medium [Media Reality as a communicative medium]. St. Petersburg, Fakul'tet filosofii i politologii SPbGU, pp. 67–79 [in Rus].

6. Makl'ujen G.M. (2003) Ponimanie media: Vneshnie rasshirenija cheloveka [Understand the media: external human expansions]. Moscow, Kanon-press-C, Kuchkovo pole, 464 p. [in Rus].

7. Mersh D. Meta/dia. Dva razlichnyh podhoda k medial'nomu [Meta / dia. Approaches to medial] // Izdatel'skij centr mediafilosofii. Available at: http://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/mersh_dia, accessed 25.04.2018 [in Rus].

8. Mozhejko M.A. (2003) Transcendental'noe oznachaemoe [The transcendental signified] // Novejšij filosofskij slovar. Minsk, Knizhnyj dom, pp. 1056–1057 [in Rus].

9. Savchuk V.V. (2005) Filosofija fotografii [Philosophy of photography]. St. Petersburg, Izdatel'stvo Sankt-Peterburgskogo universiteta, 256 p. [in Rus].

10. Fedorov A.V. (2001) Mediaobrazovanie: istorija, teorija i metodika [Media education: history, theory and methodology]. Rostov, CVVR, 708 p. [in Rus].

11. Hajdegger M. (1993) Vopros o tehnikе [The question about technology] // Vremja i bytie: stat'i i vystuplenija: per. s nem. V.V. Bibihina. Moscow, Respublika, pp. 221–238 [in Rus].

12. Galkin D.V. (2010) *Gumanitarnaya informatika*, vyp. 5, pp. 47–60 [in Rus].

13. Galkin D.V. (2013) Tsifrovaya kul'tura: gorizonty iskusstvennoj zhizni [Digital culture: artificial life horizons]. Tomsk, Izd-vo TGU, 301 p. [in Rus].

14. Aleksandrova L.D. (2012) Kul'tura virtual'noy kommunikatsii [Virtual communication culture]. Chelyabinsk, Izdatel'stvo NOUVPO RBIU, 119 p. [in Rus].

15. Kuznetsov S. (2004) Oshchupvaniye slona: zametki po istorii russkogo Inter-

neta [Feeling of an elephant: notes on the history of the Russian Internet]. Moscow, Novoye literaturnoye obozreniye. Available at: <http://vikent.ru/enc/676>, accessed 26.04.2018 [in Rus].

16. Krivolap A. Deval'vatsiya media-aktivizma: ot «DIY» do «I LIKE» [Media Devaluation activism: from «DIY» to «I LIKE»] // Mezhdunarodnyy zhurnal issledovaniy kul'tury. Tsifrovaya kul'tura. Available at: <https://culturalresearch.ru/ru/media/73-devact>, accessed 27.04.2018 [in Rus].

17. Media. Elektronnaya biblioteka Instituta filosofii RAN. Available at: <https://iphlib.ru/greenstone3/library/collection/newphilenc/document/HASH016ac36ab16e2b770addf56a>, accessed 28.04.2018 [in Rus].

18. Metal'nikova V. Gadzhety i smysly. Internet-tehnologii i ikh vliyaniye na kul'turnyye praktiki [Gadgets and meanings. Internet technologies and their impact on cultural practices] // Mezhdunarodnyy zhurnal issledovaniy kul'tury. Tsifrovaya kul'tura. Available at: <https://culturalresearch.ru/ru/media/71-gadgets>, accessed 27.04.2018 [in Rus].

19. Kirillova. N. (2006) Mediakul'tura: ot moderna k postmodernu [Media culture: from the modern to the postmodern]. Moscow, Akademicheskyy Proyekt, 448 p. Available at: <https://www.ifap.ru/library/book380.pdf>, accessed 28.04.2018 [in Rus].

20. Galkin D.V. (2004) *Gumanitarnaya informatika*, iss. 1, pp. 30–40 [in Rus].

For citing: Aleksandrova L.D. Experience of self-reflection in the context of media reality and digital culture // *Socium i vlast'*. 2018. № 3 (71). P. 23–29.

UDC 1.140

EXPERIENCE OF SELF-REFLECTION IN THE CONTEXT OF MEDIA REALITY AND DIGITAL CULTURE

Lyudmila D. Aleksandrova,

Russian-British Institute of Management,
Director of the Higher School of Management,
Cand. Sc. (Philosophy),
The Russian Federation, 454014,
Chelyabinsk, ulitsa Voroshilova, 12.
E-mail: Aleks.L.D@rbiu.ru

Annotation

The article considers peculiarities and essential features of new media, which are in the basis of up-to-date digital culture. The author identifies the problem of attributive of the media status and necessary for realizing self-reflection and creating meanings of media reality. Tendencies towards excessive media saturation of a human's existence with a great number of private, relative, accidental information flows, creating representative image of the world are emphasized.

Key concepts:

new media,
media culture,
self-reflection,
digital culture,
communication,
information,
ontology,
discourse,
art,
existence,
innovations,
technologies,
information,
essence,
interpretation,
personality,
understanding.