

Человек и культура

Правильная ссылка на статью:

Лаврова Е.Н. Интернет-культура как номадическая модель: презентация бессознательного // Человек и культура. 2024. № 4. С. 111-123. DOI: 10.25136/2409-8744.2024.4.71433 EDN: VBUWYO URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=71433

Интернет-культура как номадическая модель: репрезентация бессознательного

Лаврова Елена Николаевна

ORCID: 0000-0001-8299-5061

аспирант; кафедра теории и истории культуры; Институт кино и телевидения (ГИТР)

125284, Россия, г. Москва, Хорошевское шоссе, 32а

✉ elena_478@mail.ru



[Статья из рубрики "Теория коммуникации и медиалогия"](#)

DOI:

10.25136/2409-8744.2024.4.71433

EDN:

VBUWYO

Дата направления статьи в редакцию:

09-08-2024

Аннотация: В статье рассматривается вопрос формирования новой реальности посредством интернет-культуры. Предметом данной работы является номадическая модель Всемирной сети. В качестве объекта выступают современные новостные программы, представленные в Интернете. Цель исследования – выявить закономерности, влияющие на формирование нового жанра медиа как способа коммуникации в интернет-среде. Особенность устройства Интернета позволяет выработать понятие зрителя-автора за счет высокого уровня интерактивности. Наличие множества информации, выраженного через неконтролируемую номадическую модель, создает атмосферу новой «реальности», основанной на ложной свободе и псевдодостоверности. Кроме того, создание «виртуального двойника» зрителем, способствует проявлению скрытых эмоций и асоциальных моделей поведения как проявление архетипа «Тень» (К. Юнг). В статье выдвигается гипотеза: особенность устройства интернет-сетей, выраженная через номадическую модель, создает платформу для реализации бессознательного зрителя. В основе данной работы – номадическая модель культуры, разработанная философом Ж. Делезом и психиатром Ф. Гваттари.

Через концепцию психоанализа К. Юнга и Ж. Лакана рассматривается понятие бессознательного, а также «реальность виртуального» С. Жижека, необходимые для наиболее полного анализа передачи информации посредством жанров Интернета. Актуальность исследования подчеркивается необходимостью осмыслиения процессов конструирования реальности в интернет-сети, посредством новых информационных жанров, в условиях высокой интерактивности. Новизна работы заключается в новом теоретическом осмыслинии опыта получения и передачи информации через Интернет, одним из главных участников которого, становится сам зритель. Анализ способов производства информации становится особенно необходим в условиях сниженной модерации данных, влекущих распространение ложной информации в современном обществе. Особый вклад автора в исследование темы состоит в анализе информационно-аналитических программ, в частности «Осторожно: новости», представленной на интернет-платформе. Основным выводом проведенного исследования является подтверждение научной гипотезы: интернет-среда представляет собой номадическую модель, которая является платформой для реализации бессознательного зрителя.

Ключевые слова:

Номадическая модель, Ризома, Бессознательное, Интернет, Телевидение, Медиа, Информационные программы, Коммуникация, Новости, Реальность виртуального

Постановка проблемы. Ключевым поворотом в развитии современной медиакультуры является распространение Интернета. Изначально располагаясь практически на одной линии с мобильной телефонной связью, он не только оформился в самостоятельный способ коммуникации, но и явился платформой для новых жанров медиа, обогнав в скорости передачи данных телевидение и радио. Более того Интернет заложил тенденции развития конвергентных СМИ. Таким образом, на сегодняшний день практически каждая крупная медиаструктура представляет из себя конгломерат телевизионного канала, радио, собственного сайта, а также особенного явления – дополнительных каналов в социальных сетях. Отметим, что в каждом канале информация не дублируется, а оформляется в самостоятельный жанр с набором определенных особенностей.

С появлением нового средства, уже существующие оказываются в кризисе и структуры, безусловно состоящие из людей, охвачены страхом исчезновения, упразднения. Вспомним конфликты в кинематографе, происходившие с возможностью использования звука и цвета. Иллюстрирует кризисы и крылатая фраза из знаменитого фильма^[1] В. Меньшова о том, что «*через 20 лет не будет ни кино, ни театра, ни книг – только одно сплошное телевидение*». Как мы видим, данные опасения не подтверждаются, но безусловно, формируют новые тенденции в культуре.

Зрительская аудитория интернет-контента. Начать анализ данного феномена следует с вопроса о зрительской аудитории. Данные ВЦИОМ свидетельствуют о следующем: «Интерес к телевидению остается высоким у россиян старше 45 лет (45-59 лет – 46%, старше 60 лет – 70% vs. 9-12% в группе до 35 лет). Молодежная аудитория отдает предпочтение глобальной сети для получения новостей. Причем в этой группе лидируют социальные сети, хоть и с небольшим отрывом (25% в группе до 25 лет и 28% в группе 25-34 лет). Молодежь также чаще просматривает мессенджеры (23% и 19%)»^[6]. Как мы

видим, получать новости из сети-Интернет предпочитают представители молодого поколения.

Если мы обратимся к «теории поколений» [3], разработанной У. Штраусом и Н. Хау, можно сделать вывод о том, что поколения X, Y и Z имеют не только различные системы ценностей, но и по-разному воспринимают визуальный ряд. Данная концепция, разработанная зарубежными учеными, с некоторыми правками может быть применима и к отечественным зрителям, о чем свидетельствуют исследования «российской школы Теории поколений» [2]. Стоит отметить, что поколение Z родилось уже в эпоху расцвета мобильных устройств и Интернета, и не совершило осознанный переход от аналоговых средств к цифровым как это сделали представители старших поколений. Учитывая, особенности зрительского восприятия, интернет-контент реализует стратегии быстрого захвата внимания: ускоренной сменой кадров, выраженным музыкальным сопровождением, актуальными темами. Кроме этого, отмечается и противоположная тенденция на максимальное замедление и упрощение визуального ряда. Поскольку главной характеристикой современного общества, переживающего череду политических и социальных кризисов, является тревожность, то оказываются актуальными визуальные продукты, направленные на медитативность и расслабление. Это могут быть как так называемые «залипательные» видео в социальных сетях (демонстрация сыпучих веществ, симметричное разрезание разноцветного мыла, короткие ролики о жизни животных и т. д.), так и двух-трехчасовые программы-интервью, стримы.

Стоит учитывать и технические различия самих систем трансляторов телевидения и Интернета. Если телевизионные новости чаще потребляются через большой экран, то медиумом между интернет-контентом и зрителем оказывается маленький смартфон. Наличие субтитров, включающих в себя бегущую строку, тему сюжета и страну, в которой происходит действие на маленьком экране становится бессмысленным, в то время как на большом телевизионном экране они необходимы. Потребность обуславливается частой практикой просмотра новостных каналов без звукового сопровождения: в офисах, торговых центрах, а также квартирах.

Таким образом, **мы видим существенное различие между зрителем телевидения и зрителем интернет-контента**. Интернет-зрителю предоставлено больше возможностей для собственной модерации контента. Он словно «фланер» перемещается по интернет-пространству, зачастую не преследуя цели, а наслаждаясь медитативным погружением в затягивающий процесс. Так перед нами предстает образ зрителя-кочевника или номадический субъект, по термину Ж. Делеза, который погружаясь в волны бескрайнего информационного пространства, в итоге рискует потерять собственную идентичность.

Ролан Барт вводит понятие «структурального человека» [4], который в процессе восприятия производит членение и монтаж «предмета». Разделив первичную информацию на отдельные фрагменты, происходит внутреннее переосмысление и пересборка общего смысла. При этом, медиакультуролог Джон Фиск называет данный феномен «семиотической демократией» - означающий «делегирование производства смыслов и удовольствий телезрителям» [1]. Исследования Фиска доказывают, что часто зритель получал другой смысл в просмотре телепродукта, который отличался от изначально заложенного авторами. Здесь мы видим конфликт конструирования реальности в медиапространстве: строго выверенные знаковые системы, мифологические функции, имеющие в себе заложенный смысл, оказываются дискредитированы принципами деконструкции. Отсюда выходит номадическая модель интернет-культуры, основой которой, является ризома.

Номадическая модель интернет-культуры. Сущность телевидения состоит в аккумулировании большого количества информации, которая изначально притягивается к одному центру. Неслучайно визуальным символом телевидения является башня, в то время как сеть – изображают в виде своеобразной грибницы – невидимых нитей, пронизывающих земной шар. Более того, интернет-культура отвечает характеристикам ризомы. Вспомним электронные энциклопедии, в которых одна статья имеет ссылки на другие и представляет разомкнутую цепь с бесконечным количеством референсов. Такая же модель прослеживается во многих информационных телеграмм-каналах: «Первый канал. Новости», «РБК», «Кровавая барыня», Mash, «Мир 24. Первый евразийский» и др., в который имеются отсылки к предыдущим упоминаниям о теме. Здесь определенная последовательность прослеживается, но если читатель обращается к разным каналам, обращая внимания на комментарии – отдельный вид интернет-коммуникации, то он и вовсе становится участником ризоматического процесса, конкретные структуры и свойства которого не прослеживаются. При просмотре ленты новостей, читатель видит одно полотно, состоящие из коротких сообщений, часто не связанных между собой по смыслу, но имеющих общую плоскость – нет последовательности элементов. В этом случае смысловой разрыв приводит не к разрушению всей цепочки, а произрастанию/ продолжению ризомы. Таким образом, мы приходим к выводу, что в описании ризомы и интернет-среды, присутствуют общие характеристики.

Как известно, Делёз и Гваттари разделяли множественность ризомы на 2 вида. Экстенсивные (молярные) множества делимы, их можно упорядочить и объединить. Данный тип мы находим при переходе по ссылкам в рамках одной новости. Второй вид – интенсивных (молекулярных) множеств, которые не могут быть разделены или завершены без изменения своей природы, мы находим при просмотре всей ленты, когда одно сообщение может эмоционально воздействовать на восприятие последующего. Это может происходить хаотично или в результате строгого плана модератора канала, для умышленного создания определенного контекста.

3 вида синтеза Ж. Делеза. Как мы видим, в интернет-среде присутствует большое количество информации, которая передвигается различными потоками. Исходя из этого, вопрос интерпретации полученного сообщения усложняется. Ж. Делез формулирует три вида синтеза опыта, которые также находят свое отражение в интернет-реальности. Первый синтез – коннективный (если..., то...) – представляет собой линейную структуру. Мы можем интерпретировать его как информационную бегущую строку. Производство чистой информации, основанной на конкретных действиях, апеллирующая напрямую к чувствам.

Дизъюнктивный синтез регистрации (или... или...) носит характер воздействия: «он навязывает им идеал определенного использования, ограничивающего или исключающего». Медиумом – телом без органов – в данном случае может выступать отдельно взятый телеграмм-канал, который наполняет множество различных сообщений, где происходит соотношение множества независимых альтернатив и распределение расходящихся серий.

Третий синтез конъюнкции потребления (и) подвижен, у него «нет постоянной идентичности, он всегда децентрирован, будучи выведенным из состояний, через которые он проходит». На данном этапе происходит процесс сборки фактов и формирование представления о ситуации. В контексте исследования интернет-культуры мы видим отчетливо, что «продукт производства синтезов – реальность».

Современный ученый Александр Гэллоуэй представляет медиа-сеть как хаотичный рой

фурий: «это коммуникация в своей множественности, это хитросплетение, в котором коммуникативная инфраструктура множиться или расширяется сама по себе...» [\[7, с. 42\]](#).

Бесконечные потоки информации, не имеют общей основы и часто не связанны между собой. При этом, возвращаясь к вопросам достоверности, по данным ВЦИОМ именно Интернет считают более достоверным источником многие зрители: «За время измерений восприятие ТВ как объективного источника информации постепенно падало (2016 г. – 46%, 2017 г. – 43%, 2018 г. – 34%, 2019 г. – 30%), а социальных сетей, наоборот, росло (2016 г. – 10%, 2017 г. – 13%, 2018 г. – 18%, 2019 г. – 15%)» (2023г) [\[6\]](#).

Репрезентация бессознательного. В новом мире интернет-культуры, которая по сей день проходит стадию становления, формируются другие нормы языка, этика и пересматривается само понятие реальности. С. Жижек вводит термин «реальность виртуального», отвергая концепцию виртуальной реальности, которая всего лишь воспроизводит реальный опыт в цифровом формате. Философ задается вопросом о расширении понятия самой реальности. Его формула «незнание знания» (мы не знаем, что мы знаем) апеллирует к бессознательному. Интернет-среда является своеобразным медиумом для его выражения или «телом без органов» по термину Ж. Делеза. Причем из трёх видов, предложенных ученым, мы видим, что Интернет работает по типу «раковой» системы, бесконечно производя копии одного и того же шаблона.

Кадры с места событий, снятых очевидцами и размещенных в сети-Интернет в первые минуты случившегося, перестают быть редкостью. Весной 2024 года автобус с пассажирами упал в реку Мойка. Во многих новостных ТГ-каналах мы видели кадры с оказанием помощи пострадавшим. В данном случае, очевидцы снимают видео находясь в безопасности. Во время теракта, произошедшего в «Крокус сити холле» (2024 г.), видео записывают очевидцы, которые сами являются участниками события: они выбегают из помещения, охваченного огнем. В критический момент вспомнить о телефоне и необходимости записи видео – свойство современного зрителя-автора Интернета. В данном случае физическое наличие видео автора в медиа среде, может приравниваться к феномену – жизнь виртуального двойника в информационной среде. Таким образом происходит внутреннее расширение человека в интернет-пространство, о чем писал М. Маклюэн [\[13\]](#).

Кроме этого, через комментарии, оценочные суждения, заново происходит процесс означения субъекта. Культуролог В. Мазин, интерпретируя триаду Лакана (воображенное – символическое – реальное) отмечает: «Еще не родился на свет человеческий субъект, еще не собралось воедино его воображенное тело, а другие уже прописывают будущее к нему отношение. Уже в роддоме звучат фразы о весе тела, о том, какие у него глазки и ушки. Значительно позже будут говорить о том, какое у человека «большое сердце», какой у него «думающий мозг», о том, что у него есть печень и почки – в общем, машина тела начнет наполняться невидимыми внутренними деталями. Тело уже не без органов, оно обретает пол, расу и другие социальные значения. Производится символическая, программная прошивка тела» [\[12\]](#). Таким же готовым субъектом выходит человек из интернет-пространства.

Особая позиция зрителя в интернет-среде оказывается главной особенностью всей структуры, поскольку другие медиа не имели технической возможности для столь яркого проявления интерактивности. В интернет-среде зритель наделяется особыми правами и сам обретает статут автора. Зритель-автор формирует собственное информационное поле, и в новом статусе, входит в контакт с крупными информационными каналами.

Специфика интернет-среды заключается в явном отсутствии верификации авторов, относительной цензуры и подтверждения достоверности публикуемых материалов. Мы видим обсуждение тем, которые на телевидении не могут быть представлены в полном объеме, но вызывают повышенный интерес зрителей.

В предисловии к книге «Капитализм и шизофрения» Делез и Гваттари пишут: «Мы написали «Анти-Эдипа» вдвоем. Поскольку каждого из нас — несколько, то была нас целая толпа» [9]. Данный образ, отражающий суть шизоанализа, можно применить к зрительской аудитории в интернет-среде, в которой потребитель контента одновременно является и автором, виртуальный образ которого может кардинально отличаться от реального.

В ходе нашего исследования необходимо соотнести стадию зеркала Ж. Лакана [11], которая образует функцию «Я» с актом взаимодействия человека с экраном, путем которого создается «Я» как «виртуальный двойник» в интернет-среде. Образ человека в реальном мире может кардинально отличаться от его воплощения в социальных сетях. Этому способствуют не только улучшение фотографий через специальные платформы или выборка публикуемой о себе информации, но и стратегии поведения в новом социуме, работающим по-другим правилам. Нередко мы можем наблюдать массу негативных комментариев, агрессии, грубых или жестоких высказываний, которые в реальности, возможно не были бы озвучены.

Архетип адаптивной социальной роли, обозначенный К. Юнгом как Маска, оказывается противопоставлен Тени личности [20]. В интернет-пространстве мы можем наблюдать процесс создания виртуального образа, который не нуждается в социальном одобрении и может как осознанно, так и неосознанно свободно проявлять негативные стороны личности. В соединении или осознании границ образов Я-виртуальный и Я-реальный заключается основной критерии расшифровки окружающей реальности.

В. П. Руднев в научной статье изучая вопрос взаимодействия зрителя с телевизором, приходит к выводу, что условный диалог между ними возможен: «*То на него (зрителя. — Е. Л.) смотрит диктор, то человек из рекламы стирального порошка говорит: "Теперь мы идем к вам", то в идиотском сериале происходит семейная разборка. Это он, скорее всего, и будет смотреть, потому что это похоже на его жизнь. Почему он предпочитает телевизор разговору с женой или дочерью? Потому что, вероятно, он на работе устал от разговоров. Человеку хочется побывать шизофреником. Это значит, что любому обывателю нужна культура, то есть система странных объектов*» [16, с. 141-149].

Применительно к интернет-жанрам, данный феномен может возникать в момент просмотров стримов или так называемых «обзоров». Рассмотрим видео, представленное на канале «Белка» [2]. Экран разделен на две части: в левой идет запись телевизионного шоу, в правой части блогер комментирует происходящее. Он высказывает свое мнение, ярко выражает эмоции, молчит — возникают паузы. Таким образом, перед нами процесс удаленного совместного просмотра телевизионной программы. Возникает эффект сопричастности к происходящему, активная связь экрана и зрителя.

Возможность получать информацию о событиях в обществе через краткие сообщения в мессенджерах и социальных сетях, снижают потребность зрителя в формате информационных видеопрограмм. Благодаря этому развиваются аналитические и развлекательные жанры. На интернет-платформах для размещения видео, формируются

собственные информационные блоки: как улучшить качество жизни в различных сферах, воспитание детей и прочее. Преобладают многочасовые интервью.

Кроме этого, в интернет-пространстве формируются сообщества-группы по интересам: фанаты сериалов, спорта, любители рукоделия, кулинарии, философских высказываний или психологии. В данном случае, мы видим феномен виртуальной коммуникации, который в реальной жизни не всегда может найти аналогичную по масштабу форму выражения. Чувство сопричастности, объединения в таком виртуальном сообществе может быть релевантно чувствам дружбы в реальном мире как проявление фантазма.

Проводя анализ восприятия информации посредством сети-Интернет, мы вспоминаем тезис из научной книги «Анти-Эдип»: «Бессознательное работает не как театр, а как фабрика». Гваттари подчеркивает, что в противоположность теории структурализма: «Субъективность порождается не языком и коммуникацией. На определенном уровне она производится коллективным образом, подобно энергии, электричеству и алюминию» [8]. Таким образом, **Интернет предстает перед нами платформой для бескрайнего океана бессознательного.**

Исходя из вышеизложенных концепций, рассмотрим первый выпуск программы «Осторожно: новости» (13.11.2020 г.), выпущенный на интернет-платформе. С первых слов ведущая обозначает стиль вещания: «субъективно, резко и по делу о главных новостях недели. В выпуске только то, что кажется важным и интересным мне – Ксении Собчак» [3]. На данном этапе мы видим первое отличие данной информационной программы от классических новостей телеканалов: ведущая не просто излагает информацию как диктор, здесь открыто обозначено присутствие Автора. Таким образом, объективный информационный стиль оказывается противопоставлен субъективному аналитическому жанру, который более востребован на интернет-платформах, ввиду того что краткие факты зритель быстрее узнает из ТГ-канала и ленты новостей.

Ведущая стоит в черном пространстве и говорит о том, что интересно ей, тем самым производя впечатление открытости, достоверности, искренности.

Мир программы делится на два пространства: ведущая в кадре в черной комнате и видеовставки: цитаты из других программ или кадры с места событий. Классические информационные репортажи отсутствуют. Здесь мы можем увидеть признак мифологической модели: ярко выраженную ось земли – Олимп, возглавляемый ведущей. Между сюжетами присутствует реклама, которая не оформляется в отдельный сюжет, а является продолжением действия: ведущая поворачивается на другую камеру и выходит из кадра, неформально обращаясь к человеку за камерой: «классные кроссовки у тебя, Жень. Скидки же...».

Помимо видеоцитат, визуальный ряд наполнен большим количеством графики, создавая ощущение коллажа, свойственного для электронной стенгазеты. По окончании шпигеля программы идет анимированная заставка. Камера движется в пасть животного, внутри которого разворачивается мир. Собака увеличивается в размерах над крошечным мегаполисом и бросает на землю Останкинскую телебашню – визуальный символ противопоставления данной программы классическому телевидению и обращение к внутреннему миру. В пасти собаки - эмблемы программы - газета. Символ старых медиа оказывается в явном подавлении цифровым жанром. Перед нами образ кочевника, который бросает вызов системе.

В подводке к сюжету в тексте ведущей присутствует ненормативная лексика как

проявление контр-культуры и неформальности общения. Темы программы носят острый политический характер, однако не имеют общей идеи-стержня и могут произвольно соединяться между собой.

Многие интернет-платформы позволяют оставлять комментарии, к данной программе они открыты и на 5.06.2024 г. их количество 2 569, что свидетельствует о том, что зрители активно участвуют в обсуждении тем, что свойственно для интернет-среды. В описании видео присутствуют тайм-коды и гиперссылки как признак ризомы.

Безусловно, мы не можем назвать формат данной передачи новым. В нем присутствуют признаки информационных и аналитических программ, тележурналов, в том числе советского тележурнала «Международная панорама»^[4] и «Международная пилорама» с Тиграном Кеосаяном^[5] и др. Однако, одновременное сочетание ключевых признаков, свойственных интернет-контенту, выводит программу на новый уровень. Перед нами пример рассеивания информации, лишенное границ, выходящее за пределы одной программы и одного канала как свидетельство номадической модели программы «Осторожно: новости».

Современное интернет-пространство также насыщено множеством программ, строящихся похожим образом. В начале 2024 года вышло шоу «Без суфлера»^[6], в котором блогер Ксения Дукалис обсуждает новости шоу-бизнеса, общества и культуры. Ведущая обозначает тему и основные факты произошедшего, а далее высказывает собственное мнение, предупреждая об этом зрителей. На субъективный взгляд указывает и название программы.

Безусловно, данные программы, исходя из их структуры по жанру больше относятся к развлекательным, чем информационным. Однако, ключевые характеристики информационных СМИ – такие как оперативность, достоверность, беспристрастность оказываются неактуальны в данном формате, где ведущий проводит аналитический обзор. Подобное сочетание может привести к созданию псевдодостоверности, в которой зритель оказывается заключен в картине мира автора программы.

Заключение. Итак, в данной статье был проведен анализ информационных программ в интернет-среде. Номадическая модель проявляется через ризомную структуру сети, особенность технических возможностей интернет-платформ, позволяющим создать образ зрителя-автора. Анализ программы «Осторожно: новости» показал наличие соответствующих характеристик, а также схожесть данной программы с телевизионными программами. В связи с чем, можно сделать вывод, о том, что главным отличием информационных программ телевидения и интернета заключается в разных медиумах вещания. Технические характеристики позволяют осуществлять более быстрый переход между текстами и каналами, проявляя ризомную сущность. Высокая интерактивность интернет-среды позволяет формировать образ зрителя-автора. За счет уникальной технической возможности создания «виртуального двойника» зрителем, проявляется возможность презентации скрытых чувств и эмоций человека. Таким образом, подтверждается гипотеза: особенность устройства интернет-сетей, выраженная через номадическую модель, создает платформу для реализации бессознательного зрителя.

^[1] х/ф «Москва слезам не верит», режиссёр В. Меньшов, сценарист В. Черных, композитор С. Никитин, 1979г.

^[2] Интернет-канал «Белка», выпуск «Самый мощный выпуск Кондитера» // youtube.com [Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zgp19ua9x74> Дата

обращения (5.06.2024 г.).

[3] Интернет-программа «Осторожно: новости» от 13.11.2020 г // youtube.com [Электронный ресурс] URL: https://www.youtube.com/watch?v=VWAflz0kbhM&list=PLU-o6He-_ED4r-WDpgGsGfpyWHARo5Yhg&index=145 Дата обращения (5.06.2024).

[4] Программа «Международная панорама» (эфир 17.07.1976 г) // youtube.com [Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rnIKL21C0So> Дата обращения (5.06.2024 г.).

[5] Программа «Международная пилорама» с Тиграном Кеосаяном (11.03.2017) // ntv.ru [Электронный ресурс] URL: <https://www.ntv.ru/peredacha/pilorama/m55820/o622196> Дата обращения (5.06.2024 г.).

[6] Интернет-программа «Без суфлера» (эфир 13.02.2024 г) // youtube.com [Электронный ресурс] URL: https://www.youtube.com/watch?v=RSN9sV__NII Дата обращения (5.06.2024 г.).

Библиография

1. Fiske J. Television Culture. London and New York: Routledge, 1987.
2. RuGenerations – российская школа Теории поколений [Электронный ресурс] / URL: <https://rugenerations.su/2021/12/02/поколение-z-стрим-донат-и-клиповое-мыш/> Дата обращения (12.06.2024).
3. Strauss W., How N. The Fourth Turning: An American Prophecy / Broadway Books, 1997.
4. Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика: Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. – М.: Прогресс, 1989. – 616 с.
5. Беликова Е.К. Культурфилософские основания искусственного интеллекта как феномена культуры // Человек и культура. 2024. № 4. С. 88-99. DOI: 10.25136/2409-8744.2024.4.71324 EDN: PDQELM URL: https://e-notabene.ru/ca/article_71324.html
6. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) [Электронный ресурс] / URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/novosti-dostoinye-doverija> Дата обращения (03.05.2024).
7. Гэллоуэй А. и другие. Экскоммуникация: три эссе о медиа и медитации / Александр Р. Гэллоуэй, Юджин Такер, Маккензи Уорк; перевод с английского А. Гришина. – Москва: Ad Marginem, 2022. – 253 с.
8. Делез Ж. Гваттари Ф. Тысяча плато. Капитализм и шизофрения / [пер. с фр. Я. И. Свирский]; Учреждение Российской акад. наук Ин-т философии РАН. – Екатеринбург: У-Фактория; Москва: Астрель, 2010. 892 с.
9. Делез Ж., Гваттари Ф. Анти-Эдип. Капитализм и шизофрения / [пер. с фр. Д. Кралечкина]. – Екатеринбург: У-Фактория, 2007. – 670 с.
10. Иванова А.П. Дезинформация в интернете: поиск баланса в борьбе с фальшивыми новостями // Образование и право. 2023. № 2.
11. Лакан Ж. Стадия зеркала как образующая функцию Я, какой она раскрылась нам в психоаналитическом опыте [Электронный ресурс] // Электронная библиотека. URL: <https://profilib.net>
12. Мазин В. Три тела в душе: Виктор Мазин о соотношении реального, воображаемого и символического [Электронный ресурс] / URL: <https://www.b17.ru/journal/59835/?ysclid=lx0j51786s762800415>
13. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / [пер. с англ. В. Г. Николаева]. – 4-е изд. – Москва: Кучково поле, 2014. – 462 с. ISBN 978-5-9950-0115-7 Дата обращения (06.08.2024).

14. Манович Л. Визуализация медиа: техники изучения больших медиаколлекций / [перевод Ксении Майоровой]. / Media Studies Futures / K. Gates (ed.). L.; N.Y.: Wiley-Blackwell, 2012.
15. Романенко О. В. Особенности динамизации событий в интернет-новостях // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2022. №2 (857).
16. Руднев В. П. Домашние экраны как странные объекты. / Москва: Наука телевидения, 2012. С. 141-149.
17. Строева О.В. Неомифологизм в визуальной культуре XX-XXI веков. Диссертация на соискание ученой степени доктора культурологии. М., 2021. С. 171.
18. Филиппова С.В., и Макарова Е.В. «Вайнштейнгейт»: комментарий как средство репрезентации общественного мнения».
19. Щербинина И. Д., Медведева П. А. специфика освещения новостей в телеграм-каналах новостных СМИ // Коммуникология: электронный научный журнал. 2023. № 3.
20. Юнг К. Архетипы и коллективное бессознательное / [перевод А. Чечиной]. – Москва: АСТ, 2019. – 495 с.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предмет исследования в представленной для публикации в журнале «Человек и культура» статье, как автор обозначил в заголовке («Интернет-культура как номадическая модель: репрезентация бессознательного»), является репрезентация бессознательного (в объекте) в номадической модели интернет-культуры.

Во введении («Постановка проблемы») автор ограничился кратким обоснованием актуальности выбранной темы и сразу же перешел к теоретической саморефлексии, разъясняя читателю авторизованное преломление методологических оснований применительно к предмету исследования («Зрительская аудитория интернет-контента») и ракурсу трактовки объекта исследования («Номадическая модель интернет-культуры») с опорой на статистические данные и теоретико-терминологический инструментарий постструктурализма (Ж. Лакан, Р. Барт, Ж. Делёз, Ф. Гваттари и др.).

Аналитическая часть («3 вида синтеза Ж. Делеза») построена на анализе в заданной инструментальной оптике эмпирического материала, раскрывающем репрезентацию бессознательного в номадической модели интернет-культуры. Соответственно, автор раскрывает особенности формирования номадической моделью интернет-культуры обладающего собственной психологической спецификой условного потребителя. Существенную теоретическую ценность представляет аргументация автором факта проектирования определенным образом структурированного контента ризоматического состояния общественного сознания, предопределяющего способы потребления организованного номадической моделью интернет-культуры контента и специфику его содержания, в которой преобладает субъективизация реальности (субъективная оценка контекстов объективной информации).

Таким образом, предмет исследования раскрыт автором на высоком теоретическом уровне, представленная статья полностью соответствует тематике журнала и может быть рекомендована к публикации.

Методология исследования основана на авторизации ряда теоретических концепций социальной коммуникации (М. Маклюэн, Ж. Делез, Р. Барт) и психологии восприятия культурной информации (К. Юнг, Ж. Лакан, Ж. Делез, Ф. Гваттари и др.). Авторский

методический комплекс хорошо фундирован и обоснован решаемым в исследовании научно-познавательным задачам. Полученные результаты обоснованы и заслуживают доверия.

Актуальность выбранной темы автор обосновывает не только во введении, но и разъясняя предмет и объект исследования, прибегая к заслуживающим доверия статистическим данным. Безусловно, во многом искусственное проектирование психологических особенностей аудитории номадической моделью интернет-культуры представляет актуальную и своевременную тему теоретической рефлексии.

Научная новизна достигнутых результатов, выраженная как в авторизации аналитической методики, так и в итоговых выводах, имеет теоретическую и практическую значимость.

Стиль текста в целом выдержан научный, требуют корректировки отдельные оформительские детали («[C.141-149, 16]» — не соответствует редакционным требованиям, верно так: «[16, с. 141–149]»; следует различать в тексте тире и дефисы; есть описки, например, «Здесь мы видим конфликт...»), кроме того, следует точнее сформулировать мысль в отдельных высказываниях («Опираясь на исторический опыт, известно, что...»), а также хотя бы в скобках по тексту атрибутировать цитату из фильма В. Меньшова с самим фильмом (Название, год), поскольку далеко не все читатели могут быть в достаточной степени эрудированы.

Структура статьи в полной мере соответствует логике изложения результатов научного исследования.

Библиография в достаточной мере раскрывает проблемную область исследования. Стиль описания следует скорректировать с учетом требований редакции и ГОСТа (см. https://nbppublish.com/e_ca/info_106.html), следует обратить на неадекватность интерактивных ссылок в п. 1 и 2.

Апелляция к оппонентам вполне корректна и достаточна, автор аргументировано участвует в острой теоретической дискуссии.

Статья, безусловно представляет интерес для читательской аудитории журнала «Человек и культура» и после устранения оформительских недочетов может быть рекомендована к публикации.

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В журнал «Человек и культура» автор представил свою статью «Интернет-культура как номадическая модель: репрезентация бессознательного», в которой проведено исследование проявлений феномена номадизма в интернет-среде.

Автор исходит в изучении данного вопроса из того, что в современных социокультурных условиях интернет не только оформился в самостоятельный способ коммуникации, но и явился платформой для новых жанров медиа, обогнав в скорости передачи данных телевидение и радио, заложив тенденции развития конвергентных СМИ.

Актуальность исследования обусловлена стремительным развитием интернет-технологий и ростом популярности интернет-контента среди всех слоев населения, что требует и научного обоснования. Методологической базой послужили общенаучные методы анализа и синтеза, а также философский и компаративный анализ. Теоретическим обоснованием явились труды таких всемирно известных философов как К. Юнг, Ж. Делез, Ф. Гваттари, Р. Барт, А. Гэллоуэй, М. Маклюэн и др. Эмпирической базой выступают новостные интернет программы и сайты.

Целью исследования является изучение проявлений номадизма, формирующих новую постмодернистскую концепцию видения мира, в различных интернет-ресурсах и платформах и, как следствие, в современной культуре. Гипотеза, которую автор выдвигает в своем исследовании, гласит: особенность устройства интернет-сетей, выраженная через номадическую модель, создает платформу для реализации бессознательного зрителя.

Опираясь на положениях Ж. Делеза и Ф. Гваттари, автор исследует сущность феномена номадизма и, выделяя его характерные признаки, приходит к заключению, что интернет-культура в целом отвечает характеристикам ризомы.

В соответствии с целью своего исследования автором проведены аналогии между номадической моделью восприятия окружающей реальности и интернет-пространством. Так, согласно автору, средний пользователь перемещается по интернет-пространству, зачастую не преследуя цели, а наслаждаясь медитативным погружением в затягивающий процесс, т.е. представляет собой номадический субъект, который погружаясь в волны бескрайнего информационного пространства, в итоге рискует потерять собственную идентичность.

Основываясь на концепциях Р. Барта и Дж. Фиска, автор прослеживает конфликт конструирования реальности в медиапространстве: строго выверенные знаковые системы, мифологические функции, имеющие в себе заложенный смысл, оказываются дискредитированы принципами деконструкции. Отсюда автором выводится номадическая модель интернет-культуры, основой которой является ризома.

Анализируя информационные программы в интернет-среде и сравнивая их с подобными телевизионными программами, автор констатирует, что номадическая модель проявляется через ризомную структуру сети, особенность технических возможностей интернет-платформ, позволяющим создать образ зрителя-автора. Главное отличие информационных программ телевидения и интернета, по мнению автора, заключается в разных медиумах вещания. Технические характеристики позволяют осуществлять более быстрый переход между текстами и каналами, проявляя ризомную сущность. Высокая интерактивность интернет-среды позволяет формировать образ зрителя-автора. Автор видит возможность репрезентации скрытых чувств и эмоций человека за счет уникальной технической возможности создания «виртуального двойника» зрителем.

В заключении автором представлен вывод по проведенному исследованию, в котором приведены все ключевые положения изложенного материала.

Представляется, что автор в своем материале затронул актуальные и интересные для современного социогуманитарного знания вопросы, избрав для анализа тему, рассмотрение которой в научно-исследовательском дискурсе повлечет определенные изменения в сложившихся подходах и направлениях анализа проблемы, затрагиваемой в представленной статье.

Полученные результаты позволяют утверждать, что изучение трансформации социокультурной среды под влиянием интернет-технологий представляет существенный теоретический и практический культурологический интерес и может служить источником дальнейших исследований.

Представленный в работе материал имеет четкую, логически выстроенную структуру, способствующую более полноценному усвоению материала. Этому способствует также адекватный выбор соответствующей методологической базы. Библиография исследования составила 20 источников, что представляется достаточным для обобщения и анализа научного дискурса по исследуемой проблематике. Текст статьи выдержан в научном стиле.

Автор выполнил поставленную цель, получил определенные научные результаты, позволившие обобщить материал. Следует констатировать: статья может представлять

интерес для читателей и заслуживает того, чтобы претендовать на опубликование в авторитетном научном издании.