

Медиа-археология телевидения: вымышленные медиа в сериале "Доктор Кто"

Научный руководитель – Круглова Людмила Алексеевна

Колесниченко Виктория Геннадьевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра периодической печати, Москва, Россия

E-mail: victoria.kolesnichenko@mail.ru

Возникновение и развитие "новых медиа" (интернет, виртуальная реальность, социальные сети и др.) привели к появлению области исследований коммуникации, получившей название "медиа-археология".

"Широкий спектр идей послужил вдохновением для медиа-археологии. Теории культурного материализма, дискурсивный анализ, представления о нелинейной темпоральности, теории о гендере, постколониализме, визуальная и медиа антропология, а также философия неонамадизма входят в этот "микс" (Huhtamo 2011: 1) [1]. При этом в своей работе археологи медиа имеют дело одновременно с "дискурсивными и материальными манифестациями культуры" [1].

"Доктор Кто" - британский научно-фантастический сериал об инопланетянине по имени "Доктор", путешествующем в любом направлении пространства и времени, однако предпочитающем Землю и конкретно Великобританию, где он чаще всего появляется в 21 веке. "Доктор Кто" - самый продолжительный из существующих научно-фантастических сериалов. Первые эпизоды шоу были созданы в 1963 году.

"Вселенная "Доктора Кто"" населена впечатляющим разнообразием воображаемых медиа. Они могут быть разделены на множество категорий. В частности, это опасные медиа или же нацеленные на помощь и спасение; медиа земного и инопланетного происхождения; живые, частично живые или же разновидности искусственного интеллекта; медиа, используемые как оружие, а также как средства массовой коммуникации и манипуляции.

В своем эссе о вымышленных медиа шведский исследователь Йорген Скогебю ссылается на "классическую" модель взаимодействия человека и технологий, представленную четырьмя типами "отношений"[3]:

- внедренные (или объединяющие), при которых технологии становятся "продолжением" своего пользователя;

- герменевтические - посредники в человеческом познании мира, через которых мы можем интерпретировать происходящее. Иными словами, в эту категорию входят медиа, а именно их традиционные формы, такие как радио или телевидение;

- отношения, построенные при несхожести. В эту категорию входят технологии, которые способны мимикрировать под живое. То есть, те технологии, на которые люди проецируют антропоморфные характеристики (пример: "наделение" компьютеров, роботов эмоциями, собственным мышлением на основе их возрастающей интерактивности);

- фоновые - наиболее абстрактные формы отношений с технологиями, которые мы часто не принимаем во внимание. Они нацелены на создание определенных условий существования человека (пример: контроль температурного режима в помещениях)

Некоторые из медиа сериала вдохновлены существующими технологиями, некоторые абсолютно уникальны и созданы на основе научных (и фантастических) прогнозов на дальнейшее развитие человеческой цивилизации.

Воображаемые медиа в сериале "Доктор Кто" более всего сконцентрированы на идеях создания искусственного интеллекта, а также на опасностях и преимуществах, связанных с концепцией трансгуманизма.

20 век - эра беспрецедентно масштабного и стремительного технологического развития. Новые технологии и медиа (как каналы распространения массовой информации) стали своего рода элементами популярной культуры, "мэйнстрима".

Например, Дэвид Кирби называет такую тенденцию "формой технологического культа" (Kirby 2010: 64) [2]. "Доктор Кто" - классический пример телевизионного шоу, оказавшегося под влиянием культа технологий.

В частности, робот-пёс K9, появившийся в сериале в 1977 году - типичный пример искусственного интеллекта-помощника, в то время как безжалостные и воинственные существа киберлюди и далеки, напоминающие роботов внешне, созданы на основе живых организмов, которые по принуждению прошли через "дегуманизацию". Проблема, которая находится в центре внимания в данном случае, может быть сформулирована следующим образом: попытки усовершенствовать человека с помощью технологий носят исключительно деструктивный характер и по своей природе неправильны.

Отдельно стоит отметить, пожалуй, главного представителя медиа в шоу - TARDIS (Time And Relative Dimension(s) In Space) - машина времени и космический корабль Доктора - на самом деле живое существо, а не исключительно средство передвижения и суперкомпьютер.

"Доктор Кто" содержит довольно пессимистический футуристический подход в отношении СМИ и социальных сетей.

Примерами таких средств являются: Спутник 5 (космическая телевизионная станция), корпорация Cybus Industries, всемирная сеть Архангел.

И Спутник 5, и Cybus Industries связаны с парадигмой трансгуманизма.

Сюжетные арки, посвященные Спутнику 5 и Архангелу, сконцентрированы на следующем вопросе: могут ли технологии (и конкретно медиа) быть нейтральными по своей природе? В "Докторе Кто" указанные медиа иллюстрируют то, как СМИ способны уничтожить цивилизацию будучи средствами манипуляции. Их нейтральность подвергается большому сомнению.

Концепция "нормальных" несчастных случаев может быть использована для описания подхода создателей сериала "Доктор Кто": "Эта концепция показывает, как нейтральность технологий может быть поставлена под сомнение и как она актуализирует, скорее, вопрос изучения всего спектра (потенциальных) несчастных случаев, которые могут произойти в результате использования технологий" (Skågeby 2016, 2) [3].

Понятие виртуального бессмертия представляется в положительном свете в сериале "Доктор Кто", в то время как концепция трансгуманизма в настоящее время отвергнута создателями шоу. Совершенно очевидно, что сценаристы сериала предпочитают показывать любые медиа (особенно всемирные сети) с предупреждением или выражением обеспокоенности по поводу способности людей контролировать информационные потоки и не становиться при этом жертвами манипуляций.

В более позитивном ключе представлен вид медиа, условно называемый "пиноккио": медиа с искусственным интеллектом, которые не должны "оживать", но все же делают это в силу желания главных героев проецировать на них человеческие качества (K9, компьютер Мистер Смит). Они показаны как типичные "домашние животные" главных героев, в основном безвредные, забавные и обладающие индивидуальностью.

Источники и литература

- 1) Huhtamo E., Parikka J. (2011) Media archaeology approaches, applications, and implications. Berkeley, Calif. : University of California Press.
- 2) Kirby D. (2010) The Future is now: Diegetic Prototypes and the Role of Popular Films in Generating Real-World Technological Development. *Social Studies of Science*, 2/1/2010, Vol. 40, Issue 1, p. 41-70
- 3) Skågeby, J. (2016). Im/possible desires: media temporalities and (post)human-technology relationships. *Confero: Essays on Education, Philosophy and Politics*, 4(2), pp. 47-76.