

УДК 316. 77 : 070

ББК 76.0

Б 57

Ф.Б. Бешукова

Медиадискурс современного культурного пространства (Рецензирована)

Аннотация:

В статье рассматривается специфика организации медийного пространства современного информационного общества, в частности, в области журналистики и литературы. Исходя из определения медиакультуры как знаковой системы, основной задачей которой является трансляция информации, формулируются проблемные зоны языка и способов подачи информации коммуникационными проводниками.

Ключевые слова:

Медиакультура, медиатекст, информационное общество, «третья волна», визуализация, лексикокод, постмодернизм, деконструкция.

Начиная с середины 60-х годов XX века западными социологами и философами (Д. Белл, Д.Рисман, Э. Тоффлер, А. Турен и др.) активно обсуждается вопрос о вступлении наиболее развитых стран в качественно иную стадию социального развития, охарактеризованную ими как постиндустриальное или информационное общество, главным отличительным критерием которого является определяющая роль информационных технологий во всех сферах жизнедеятельности личности. Э. Тоффлер вводит для характеристики нового культурологического этапа понятие «третья волна». В частности, он пишет: «Приходящая цивилизация готовит для нас новый кодекс поведения и уводит нас от стандартизации, синхронизации и централизации, от концентрации энергии, денег и сил. Новая цивилизация имеет свое специфическое мировоззрение, свои способы контакта со временем, пространством, логикой и причинно-следственными связями, а также собственные принципы управления будущим» [1: 34]. Тоффлер констатирует, что перемены, которые мы сейчас переживаем, являются не хаотичными или случайными, а фактически складываются в точную и ясную модель: «Они основаны на том, что эти перемены приближают нас к полному изменению образа жизни, стиля работы, правил игры и самого мышления, и что нормальное и желаемое будущее возможно. Из предпосылок следует, что все то, что сейчас происходит - не что иное, как глобальная революция, гигантский скачок» [1: 34].

В своей совокупности эти достижения коренным образом изменили жизнь общества, не только выдвинув на передний план информационную деятельность, то есть деятельность, связанную с производством, потреблением, трансляцией и хранением информации, но и усложнив и трансформировав мир так, что осмыслить его в рамках традиционных подходов стало невозможно. Столь сложная многоуровневая система, как постиндустриальное общество, предполагает усложнение социальных связей, реализующихся через огромный информационный поток, восприятие и познание которого невозможно без современной медиакультуры.

Медиа (от латинского «media», «medium» - средство, посредник) – это термин XX века, первоначально введенный для обозначения феномена «массовой культуры» («mass media», «mass culture»). Культуролог Н.Кириллова отмечает: «Понятие «медиакультура» - это термин современной культурологии, введенный для обозначения особого типа культуры информационного общества, являющегося посредником между обществом и государством, социумом и властью. Можно определить медиакультуру как «знаковую систему, некий «код», с помощью которого передается информация об окружающем

человека мире... Медиакультура включает в себя культуру передачи информации и культуру ее восприятия; она может выступать и ситемой уровней развития личности, способной читать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиаторчеством, усваивать новые знания посредством медиа и т. д.» [2: 7]. М. Кастельс считает, что «информационная эпоха начинается не с «компьютеризации» а с «массовой» культуры, основу которой в послевоенный период образовали аудиовизуальные СМК: кино, ТВ, реклама, видео» [3: 316].

Проблемами медиакультуры и ее роли в социуме занимались такие зарубежные исследователи, как: Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, Д. Белл, В. Беньямин, Ж. Бодрийяр, Ж. Делез, М. Маклюэн, Г. Маркузе, Х. Ортега - и -Гассет, Ч. Пирс, Д. Соссюр, Э. Тоффлер, М. Кастельс, Ю. Кристева, К. Леви - Стросс и другие. Специфика масс-медиа изучается многочисленными научными направлениями, в частности, культурологией, социологией, философией, постмодернистской критикой и др.

Переход к новому мышлению всегда драматичен. Э Тоффлер предсказывает информационные войны, глобальные конфликты, парадоксы стандартов [4] и создает метафорический образ многоканальной системы получения информации: «Информационная бомба взрывается в самой гуще людей, осыпая нас шрапнелью образов и в корне меняя и восприятие нашего внутреннего мира, и наше поведение» [5: 9-10]. Ученый считает, что этот процесс будет переживаться безболезненнее, если будет осмыслен и понят, данная роль проводника информации, несомненно, отводится средствам массовой информации (соответственно - массового воздействия) и художественному творчеству.

Стремительное развитие масс-медиа подводит исследователей к размышлениям о культуре обработки и подачи информации. Н. Луман в книге «Реальность масс-медий» отмечает процесс гипертрофии нового и интересного в масс-медийной реальности, при этом отмечая, что привлечение постоянного внимания требует все новых «новостей», то есть, развиваясь по логике сенсаций, масс-медиа конструируют то, что отсутствует в реальности [6]. Б. Стросс в своей работе «Козлиная песня» характеризует самопрограммирование масс-медиа как начало «насильственного господства режима телекратической публичности», Ж. Делёз говорит об «электронном ошейнике», которым незаметно связываются диффузные западные общества [7: 299]. Появляется новая форма насилия – виртуальное насилие - проявление борьбы за власть в медиaprостранстве.

Проблемами виртуального насилия над личностью путем воздействия на бессознательное серьезно занимались представители постфрейдизма. Н. Маньковская считает, что основной методологический изъян постфрейдизма состоит «в разрыве бессознательного и сознательного...В итоге стремление построить оригинальную концепцию сводится к тому, что человек оказывается либо субъектом языка, либо субъектом бессознательного «желающего производства». Общество же предстает проекцией несовершенной природы человека» [8: 142].

О. Туркина и В. Мазин в статье «Лов перелетных означающих», название которой само по себе является данью постмодернизму (см.: означающее и означаемое), отмечают линии проникновения постфрейдистской стилистики: «В последние десятилетия XX века мы были очевидцами стремительного уплотнения окружающей визуальной среды обитания человека. Она продолжает размечаться бесконечной чередой сменяющихся знаков. Перенасыщенная среда находится в состоянии постоянного переозначения. Тотальная визуализация непрерывно обновляющейся среды обитания оказывает влияние как на характер восприятия образов, так и на бессознательное человека. Особенности восприятия образов не только связаны с постоянной стимуляцией зрительного аппарата, но и со своего рода расщеплением между бессознательным восприятием информации и ее аналитической обработкой» [9].

Высокий уровень технической оснащенности приводит к визуализации кодов, направленной опять же на эксплуатацию бессознательного. Технологически-

идеологическая среда предопределяет особенности того или иного повествования. Так, в микроисториях, рассказываемых в видеоклипах, воспроизводятся желания, распространяемые через определенные визуальные коды. Кибернетическое воспроизводство, обеспечивающее клонирование, неизбежно ставит вопрос о трансплантации воспоминаний, об искусственной памяти. Впрочем, искусственными можно считать все воспоминания, произведенные средствами массовой информации или навеянные коллективными представлениями. Примером может служить история о той или иной войне или фантазия на тему «раньше было лучше».

В идеологическом смысле технология формирования историй и стремительное производство и воспроизводство информации порождают своего рода коллективную память, в том числе «фантазмическую память о будущем». Установка на будущее осуществляется через кинофильмы, видеоклипы, книги, все виды предсказаний - от астрологических и экономических прогнозов до прогнозов погоды. В целом этот процесс является дальнейшей деформацией и реформацией традиционных дискурсов.

Жан Бодрийяр задаётся вопросом «Что делать после Оргии?», констатируя полную исчерпанность аналитического инструментария эпохи модерна: «Освобождение политическое и сексуальное, освобождение сил производительных и разрушительных, освобождение женщины и ребенка, освобождение бессознательных импульсов, освобождение искусства. И вознесение всех мистерий и антимистерий. Это была всеобъемлющая оргия материального, рационального, сексуального, критического и антикритического, оргия всего, что связано с ростом и болезнями роста. Мы прошли всеми путями производства и скрытого сверхпроизводства предметов, символов, посланий, идеологий, наслаждений. Сегодня игра окончена — все освобождено. И все мы задаем себе главный вопрос: что делать теперь, «После Оргии?» [10: 7].

Один из ведущих исследователей проблем медиа - пространства Джанни Ваттимо в своей книге «Прозрачное общество» (1989 г.) очерчивает сферу употребления понятия «постмодерн». По его мнению, оно имеет смысл потому, что «...общество, в котором мы живем, является обществом всеобщей коммуникации, обществом массмедиа» [11: 7]. Согласно Ваттимо, «высвобождение» множества культур и мировоззрений в новом обществе лишает легитимирующей силы сам идеал прозрачности, точного воспроизведения реальности и безукоризненной объективности: «реальность» превращается в контаминацию образов, игру интерпретаций и реконструкций в постструктуралистско-деконструктивистском понимании.

Впрочем, отказ от «объективности», дереализация и эстетизация опыта сегодня не проводятся с достаточной последовательностью: «...эстетика массового, словно гигантская розовая вуаль, окутывающая мир товаров, укрощенных новостей, «реклама существующего», как говорил Адорно, все еще ориентируется на модель завершенной гармонии, которая в эстетике Гегеля есть свойство классического прекрасного. Мир массмедиа до сих пор слишком «классичен», «прекрасен» и «бесконфликтен», и виной этому «потребности рынка», который является ...совершенно реальной инстанцией» [11: 95-96], отчего дереализация и не осуществляется свободно. Этот своеобразный «рыночный фундаментализм», ограничивающий свободу «естественными» рамками экономического закона, принимает форму призывов к объективности, аутентичности и прозрачности. В таком случае эмансипация означает «...радикальную эстетизацию существования, которой противостоят остаточное сопротивление, ностальгия по реальности, невротические потребности в успокаивающих и упорядочивающих горизонтах» [11: 100].

Стремление массового потребителя товаров и информации к «прекрасному», по Ваттимо, приходит в противоречие с постмодернистской установкой на закодирование истинного содержания или качества продукта потребления, отход от принципа «прозрачности» к деконструкции – разложению на составные, зачастую не столь «прекрасные» составляющие, что значительно усложняет путь к воспринимаемому. Это порождает тенденцию смятения и неуверенности личности, восприятия происходящего

как абсурда, отмечает Э. Тоффлер, но он же и указывает на то, что эта ситуация предсказуема мировым историческим развитием и из нее есть выход: «Очевидная бессвязность политической жизни вызывает распад личности. Психотерапевты и гуру занимаются земельным бизнесом, а люди бесцельно слоняются среди соревнующихся тираний. Они становятся приверженцами культов истории или впадают в патологический приватизм, уверенные, что действительность - это абсурд, безумие или бессмыслица. Жизнь действительно может быть абсурдной в более широком, космическом смысле, но вряд ли это доказывает бессвязность сегодняшних событий. Вообще, существует определенный скрытый порядок, который станет очевидным, как только мы научимся отличать перемены Третьей Волны от перемен Второй Волны» [12: 44]. Отличать ситуацию от предыдущей и анализировать ее должны средства массовой информации и современные гуманитарные науки.

Новое знание необходимо, но оно требует времени для апробации и превращения в парадигму, об этом говорит Тоффлер: «Мы с вами живем в то время, когда вся структура человеческих знаний пошатнулась. В ходе таких перемен разрушились старые барьеры. Теперь человечество не просто накапливает новые факты. Мы подвергаем реконструкции не только отдельные фирмы и компании, но и целые экономические системы. Идет полная реорганизация «производства и распределения» знаний, меняются и знаковые системы, используемые для их передачи.

Что это значит? Это значит, что мы создаем новые информационные сети, используя удивительные способы взаимодействия друг с другом, строя непостижимые последовательности, создавая новые теории, тезисы и образы, основываясь на неизведанных предположениях, новых языках, кодах и логических заключениях» [12: 22].

Тоффлер отметил главное в процессе глобальной информатизации: «Но важнее всего то, что мы научились согласовывать имеющиеся данные, рассматривая их в определенном контексте, и тем самым превращать их в информацию; получившиеся горы информации мы снова обобщаем, выстраивая все больше и больше новых структур информации, превращая информацию в знания...» [12: 280].

Философ В. Подорога обозначил проблему существования философии литературы в российском медийном пространстве: «Здесь мы еще сталкиваемся с проблемой кражи языкового пространства или кражи коммуникации. В то время, когда масс-медиа были недостаточно развиты, между философией и литературой еще существовали какие-то особые формы отношений и передачи смысла, значений и так далее. Сейчас масс-медийное пространство выступает в качестве навязываемого всем посредника, и поэтому часть литературного опыта полностью поглощается масс-медийным пространством. Там вырабатывается в какой-то мере и образ литературы. Это серьезнейшая проблема, потому что, с одной стороны, в этом есть и обреченность, что все стягивается в это пространство со своими законами, и мы не можем этому ничего противопоставить, потому что это механизмы, которые выходят за пределы наших креативных возможностей. Этому трудно противостоять, потому что этот процесс соответствует логике развития технологической революции, при которой мы присутствуем» [13].

Говоря об опасности легкого и кратчайшего пути проникновения к читателю текстов любого качества через медийного посредника, Подорога вводит применительно к деятельности масс-медиа понятие «симулятивная практика». В данном случае философ предполагает, что «вероятно, масс-медийное пространство принуждает литературу ощущать себя неким симулятором определенных событий, которые называются литературой. Имеется в виду, что масс-медийное пространство сегодня имеет достаточно условий и возможностей, для того чтобы симулировать саму литературу... Например, я выделяю всех этих писателей, о которых сегодня никто не может сказать, что они являются не современными (Пелевин, Сорокин, Акунин – Б.Ф.). И никто не может сказать, что они во что-то попадают и что-то отражают. Это же все симулятивные писатели: они чистые миметики, психомиметики, которые имитируют какие-то

информационные потоки, речевые потоки. И эта активность делает саму литературу вторичной, а познавательную функцию, знанческую, - именно в этой области литература всегда конкурировала с философией - она постепенно устраняет.

Сейчас симуляция имеет большую ценность, появилась масса светских писателей, которые симулируют любые виды творчества и любые произведения. Я знаю многих, кто может написать вам роман о чем вы хотите, то есть симулятивное искусство достигло замечательной виртуозности, но это спровоцировано масс-медийными обстоятельствами, которые принуждают ослаблять сопротивление» [13].

В целом, В. Подорога придерживается традиционных взглядов на роль литературы в процессе форсирования сознания личности, ее картины мира и реальности. Он говорит: «Фактически литература каждый раз по-новому устанавливает статус воображаемой реальности. Мы берем литературу определенного периода, и мы по ней можем установить определенную логику мимесиса, того, как переживается реальность. Статус реальности опознается косвенным образом, в отличие от науки, где статус реальности просто устанавливается. А здесь он воображается.

Через литературу мы опознаем какой-то вид реальности, который существовал тогда. Не та реальность, которая настоящая, а та реальность, с которой все согласны. Если вы берете Сорокина, Пелевина и Акунина, вы видите, что они создают некоторую реальность, с которой конвенционально все согласны» [13].

Негативное воздействие масс-медиа Подорога видит в том, что журналистский цех, который инвестирует свой основной талант в масс-медиа, вообще устраняет какие-то рефлектирующие ситуации.... Просто формируются процессы, где информационное сообщение носит характер более регулярный, чем какие-то смысловые проекты, выполнение смысловых заданий, которые были бы связаны с автономией субъекта. Масс-медийная ситуация деавтономизирует положение субъекта, она делает его по сути дела даже излишним.

Тексты современной культуры – это, прежде всего, тексты медиакультуры, которые являются уникальным артефактом, определяющим суть и смысл социокультурной реальности. Ф. Джеймисон объединяет в понятии «медиа» три различных «сигнала»: художественного метода или специфической формы художественного производства; специфических технологий, обычно организованных вокруг центрального аппарата или машины; социального института. В современности медиаструктуры стали основным средством культурного производства, перестав быть исключительно передаточным механизмом. «С того времени, как М.Маклюэн произнес свою знаменитую фразу «Медиа и есть содержание», стало принято считать, что каково бы ни было эксплицитное содержание медиа, наибольшее значение имеют способ и форма передачи этого содержания. Таким образом, наибольшее влияние медиа в процессе культурной репродукции состоит в общей тенденции конструировать мир как «набор» образов. Здесь нет однозначной последовательности, причинной определенности, они не оставляют «следа» после проскальзывания на экране событий и эпизодов. Эти события основаны на неопределенных, смутных мотивациях акторов; происходит массивная инвалидация памяти, все это превращается в новое зыбкое, «плавающее» основание для подверженной изменениям реальности» [14].

Проблема взаимодействия литературы и масс-медиа имеет большее число спорных моментов, в отличие от взаимодействия масс-медиа с другими реальностями, как политика, социальные проблемы, экономика и др. Исходя из обзора различных сторон функционирования масс-медиа, можно сделать определенные выводы:

1. Несомненно, что масс-медиа современности являются одним из важнейших компонентов массовой коммуникации информационного общества.
2. Процесс распространения эстетики постмодерна на культуру в целом привел к значительным изменениям в структуре, языке, способах подачи материала масс-медиа.

3. Журналистские тексты постсовременности обнаруживают тесную связь с литературой, что позволяет говорить о формировании метаязыка журналистики, основанного на приемах постмодернистского письма.
4. Текстовая деятельность и форма подачи информации ориентирована на деконструктивистские приемы (деконструкция, интерпретация, диалог и др.).
5. Негативные последствия ненормированной «свободы интерпретации» - проблема журналистской этики, достоверности информации, в области литературы – отсутствие критико-аналитического подхода.
6. Отход от принципа «прозрачности» под влиянием потребностей рыночной экономики в сторону сложности и закодированности.

При обзоре достаточно актуального проблемного поля современных регресс- и прогрессивных тенденций в области массовой культуры и критики можно согласиться с авторами статьи «Лов перелетных означающих» О. Туркиной и В. Мазиным в том, что в мире действует закон равновесия и в сегодняшней ситуации нет повода для пессимистических прогнозов о гибели, деградации культуры. Скорее всего – это очередной виток развития мирового сообщества, время перехода к новой культурной парадигме, основанной на традиционных культурных ценностях и выражающей дух современной ситуации. С этим и связан поиск новых эстетических, мировоззренческих, художественных установок, которые пройдут проверку временем.

Примечания:

1. Тоффлер Э. Создание новой цивилизации. Политика Третьей Волны: Сибирская молодежная инициатива. Новосибирск, 1996.
2. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М., 2006. 446 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. С. 316-323.
4. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. М., 2003.
5. Гуревич П.С. Философия культуры. М., 1995.
6. Луман Н. Реальность массмедий. М., 1996.
7. Кириллова Н.Б. Указ. соч.
8. Маньковская Н.Б. «Париж со змеями» (Введение в эстетику постмодернизма). М., 1997.
9. Туркина О. Лов перелетных означающих: будущая эксплуатация бессознательного // Художественный журнал. 1999. № 30-32.
10. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. М., 2000.
11. Ваттимо Д. Прозрачное общество / Пер. с итал. Дм. Новикова. М., 2003. 124 с.
12. Тоффлер Э. Указ. соч.
13. Подорога В. Философия и литература [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.polit.ru/lectures/2006/07/28/podoroga/html>.
14. Зыбайлов Л.К., Шапинский В.А. Культура постсовременности: гносис и практика [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lib.meta.ua/book/8419/>.