



# МЕДИАДИСКУРСЫ И ЭСТЕТИКА МАССМЕДИА

УДК: 159.9.072

## РОЛЬ ЭЛЕКТРОННЫХ МАСС-МЕДИА В ФОРМИРОВАНИИ ЭСТЕТИЧЕСКОГО ЗАПРОСА ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ: РАСПИРЕНИЕ ГРАНИЦ ИЛИ УТРАТА САМОИДЕНТИФИКАЦИИ?

### THE ROLE OF ELECTRONIC MASS MEDIA IN SHAPING MODERN AESTHETIC INQUIRY IN PUBLIC CONSCIENCE: THE EXTENTION OF LIMITS OR THE LOST OF SELF-IDENTIFICATION?

**С. В. Баранова**  
**S. V. Baranova**

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85  
Belgorod National Reserch University, 85, Pobeda Str., Belgorod, 308015, Russia*

*E-mail: barashka@iabel.ru*

*Ключевые слова:* массмедиа, медиакартина, электронные СМИ, эстетический запрос, цифровая реальность.

*Keywords:* mass media, media view, electronic mass media, aesthetic inquiry, digital reality.

*Аннотация.* В публикации рассматриваются исторические предпосылки для формирования современного эстетического запроса общественного сознания и роль электронных масс-медиа как одного из важнейших инструментов воссоздания медиакартины мира.

*Resume.* The paper reviews the historical background for the formation of modern aesthetic inquiry in public conscience and the role of electronic mass media as one of the most important ways of recreating media world view.

Для начала XXI века особо характерно размывание каких бы то ни было границ между искусством и медиа, их взаимопроникновение и взаимодополнение. Массмедиа успешно освоились с ролью проповедника в современном мире, активно используя все возможные инструменты воздействия на сознание индивидуума. Средства массовой информации, в свою очередь, приучили человека к непрерывному получению медиафактов, формирующих новую реальность, или медиакартину<sup>9</sup>, доступную вне зависимости от его социального статуса, уровня образованности, местонахождения, принадлежности к той или иной культурной, в том числе и языковой среде.

Приходится признать, что, если в эпоху господства в литературе и искусстве высоких стилей человек искал в них источник непостижимого и прекрасного — того, что давало бы пищу для ума и сердца, то новая «цифровая» реальность, главным образом через электронные средства массовой информации, активно тиражирует постулаты потребления: потребления эмоций, впечатлений, сиюминутных ощущений.

Технические возможности, присущие новым масс-медиа, к числу которых мы отнесём и электронные средства массовой информации, совершенствуются день ото дня, тем самым вызывая множество споров и теорий вокруг объективного и субъективного воздействия на общественное и индивидуальное сознание. За последние десятилетия исследовано бесконечное множество артефактов, вызванных к жизни посредством новейших технологий. Человечество

<sup>9</sup> Рогозина И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект // Дисс. д. филол. н. — Барнаул, 2003. — 430 с.; Анненкова И.В. Современная медиакартина мира: неориторическая модель (Лингвофилософский аспект). — Дисс. д. филол. н. — М., 2012. — 440 с.



не желает относиться к ним только лишь как к пассивным носителям идей, трансформируемых и транслируемых через расстояние, время, пространство.

Попытки осмыслить возможности медийных технологий приводят исследователей порой к мысли о существовании неких высвобожденных, независимых от человека процессов, обладающих собственной волей к творчеству, к произвольному созданию художественных образов<sup>10</sup>. Интерпретации этих идей уже нашли воплощение в массовом кино. Эту тему, явно вызывающую тревогу у её сочинителей, так или иначе обыграли, например, в сюжете фильма «Превосходство» (2014 г.) и даже в завершающей части легендарного Терминатора (Терминатор. Генезис, 2015 г.). Насколько близки сценаристы этих фантастических триллеров к нашей реальности, мы поймём, проанализировав, каким образом трансформировался эстетический запрос общественного сознания и какую роль в этом сыграли современные масс-медиа, и в частности, электронные СМИ?

Электронные СМИ по своей природе – синтетический продукт, вобравший в себя типологические признаки традиционного источника информации и современного медийного инструмента, главная цель которого – не просто информировать, а влиять, воздействовать, властвовать, т.е. управлять общественным сознанием. Как утверждает И.В. Анненкова, «во второй половине XX века отечественные СМИ оказались полностью во власти тех стратегий, которые уже были сформированы на Западе»<sup>11</sup>. Доминирующей автор называет стратегию гедонизма. Мы понимаем, что в данном контексте речь идёт о глобальной тенденции к принижению значимости духовных исканий, о построении вселенной, ядром которой, по словам Патриарха Кирилла, стал человек как мера всех вещей<sup>12</sup>, тем, что Арнольд Тойнби назвал триумфом «идолопоклонства в наиболее порочной форме поклонения человека самому себе»<sup>13</sup>.

Действительно, до проявления определяющей роли масс-медиа в формировании общественного сознания, человеческое познание стремилось охватить мир как единое целое и человека как вершину мироздания. Именно поэтому вся художественная сюжетика формировалась в ключе религиозного самопознания и создавала картину макрокосма, в котором не оставалось места для примитивных эмоций и тем более для частных, бытовых запросов индивидуума. Даже антропоцентристские эпохи античности и Ренессанса, или более чувственное по настрою барокко не воспевали философию гедонизма в чистом виде – человек, в первую очередь, воспринимался художником как непостижимая единица творения, и на его познание художник направлял доступные ему средства художественной выразительности. В рамках тех же традиций развивалась и литература. И видимо, не случайно, отечественная журналистика выросла из «толстых» журналов, редакторами которых становились столпы русской словесности, писатели, философы, учёные.

Если раньше для понимания возвышенных категорий человеку необходимо было подняться до уровня языка искусства, то теперь мы наблюдаем обратный процесс – принижением эстетических категорий до уровня обывательского «нравится» – «не нравится». Приходится признать, что масс-медиа включились в эту формулу не только как рефлексирующая, но и конструирующая среда, в значительной степени несущая ответственность за получаемый результат. «Сегодня мы начинаем по-настоящему осознавать, что масс-медиа, отражающие коммуникативно-технологические возможности разных информационных платформ – телевидения, радиовещания, прессы, киносети (кинотеатров и учреждений), принтаутов (широко распространяемой полиграфической продукции самого разного характера), инсталляций (многообразных в конструктивном отношении: наружных и внутренних, статических и динамических, созданных с применением традиционных или цифровых технологий) и Интернета, не просто присутствуют в жизни общества, обеспечивая востребованный уровень коммуникативного взаимодействия всех его субъектов, не просто являются обязательным компонентом социальной среды, формирующим её коммуникативную инфраструктуру, а стали ключевым, статусным контекстом, где обретают свои культурные и идеологические формы все социальные процессы, где разрабатываются актуальные модели

<sup>10</sup> Медиа: между магией и технологией / Под ред. Н. Сосна и К. Федоровой. – М.; Екатеринбург: кабинетный ученый, 2014. – 330 с.

<sup>11</sup> Анненкова И.В. Риторическая модель современного медиадискурса // [http://jf.spbu.ru/upload/files/file\\_1357770312\\_5759.pdf](http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1357770312_5759.pdf)

<sup>12</sup> Кирилл, Патриарх Московский и всея Руси Свобода и ответственность: в поисках гармонии. Права человека и достоинство личности. – Изд. 2-е, дополненное. – М.: Изд-во Московской Патриархии Русской Православной Церкви, 2014. – 288 с.

<sup>13</sup> Тойнби, А.Дж. Постигание истории / Пер. с англ. Е.Д. Жаркова. – М.: Айрис-пресс, 2010. – С. 537.



социальной идентичности, где определяется характер доминантных смысловых и идеологических векторов общественного сознания»<sup>14</sup>.

Создание медиафакта на потребу дня, аффектация действительности, смещение центра значимости с позиций гуманности и морали на разжигание интереса к сюжетам «из замочной скважины» разбивают сложившиеся веками устои и приводят к секуляризации медиапространства. Теперь медиадискурс отстраивается вокруг отдельно взятого индивидуума с его сиюминутными потребностями и, одновременно с этим – для безликих масс, готовых потреблять предложенный медиапродукт.

Каким образом современное общество сделало выбор в пользу столь упрощённой модели массового потребления информации? Немаловажным фактором этого процесса нам видится именно техническая, в нашем случае, цифровая революция медийного пространства<sup>15</sup>.

Для того, чтобы постичь всю глубину гуманитарного мировоззрения, например, в средние века, человеку необходимо было не только владеть грамотой, но ещё и иметь возможность приобщиться к образцам искусства. Книга, (как и книга книг – Священное Писание) в Европе стала доступной в современном смысле с изобретением печатного станка (а перевод Библии с латыни в Европе получил широкое распространение по сути только в XVI веке). Таким образом, информация долгое время была уделом избранных. Печатный станок послужил прародителем технической революции в области масс-медиа и первым шагом к доступной информации, информации для всех.

С той поры технологии в масс-медиа работают на то, чтобы информационная среда формировалась не просто как внешняя оболочка, охватывающая личное пространство человека, но и воздействовала на него адресно. Информация нового времени, по охвату аудитории являясь массовым явлением, одновременно с этим буквально знает по фамилии каждого своего адресата. Персонализация медиадискурса принципиально меняет его тональность. В центре внимания – не возвышенные категории бытия, не глобальные вопросы человечества, а частный запрос индивидуума. Возможности современных технологий таковы, что реципиент в праве определять, что, в каком виде, сколько и когда он будет получать в качестве медийного продукта, и следуя этому персональному запросу информация «ассимилирует» и видоизменяется.

Исследователи по изучению медиа уже определили роль новейших технологий в трансформации общественного сознания как одну из самых значимых. Более того, технологии стали не просто «мостом» между источником информации и человеком, они действительно активно включились в процесс медиаторчества. К. Федорова в своём исследовании «Технологическое возвышенное и проприоцептивные медиа» приводит слова французского философа Ж. Симондона, который определяет технический объект как динамическое явление: «это не вещь, данная здесь и сейчас, а нечто, у чего есть генезис. т.е. это не материальная сущность, а процесс, последовательность событий»<sup>16</sup>.

Действительно, возможности, дарованные потребителю новейшими технологиями, воздействуют на него таким образом, что он, погружаясь в цифровое медиапространство, воспринимает его как продолжение себя – логичное по форме и непостижимое по содержанию. Держа в руках устройство с доступом в глобальную сеть, человек открывает для себя безграничное киберпространство где он может, «редактируя» свою реальную сущность, создавать своеобразный «аватар», себя-другого.

Для того, чтобы индивидуум не утрачивал желания существовать в этом киберпространстве, используется самый широкий спектр способов эстетизации медиасреды. Другими словами, подключаются все возможные инструменты для того, чтобы «заговорить» на одном языке с потребителем медиаконтента. Электронные СМИ в этом процессе выполняют роль популяризатора и распространителя. Частные инициативы потребителя контента остаются всего лишь частными инициативами до той поры, пока они не будут растиражированы в масс-медиа. Ведущие мировые СМИ со штатом профессиональных журналистов, фотографов, операторов и проч. охотно используют любительские, дилетантски

<sup>14</sup> Полонский А.В. Массмедийность как категория дискурса и текста // Дискурсе современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования». I Междунар. науч.-практ. конф. Белгород, БелГУ, 1–4 апреля 2014 г.: Сб. науч. работ / Под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского, А.Г. Ходеева. – Белгород: КОНСТАНТА, 2014. – С. 111.

<sup>15</sup> Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. - М.: Академический проект, 2005. – 400 с.; Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: Академический Проект, 2006. – 448 с.

<sup>16</sup> Медиа: между магией и технологией / под ред. Н. Сосна и К. Федоровой. – Москва; Екатеринбург: кабинетный учёный, 2014. – С.46.



снятые на камеру телефона видеоролики или фотографии. И дело как раз в том, что способ и качество отображения уходят на второй план. Главным становится медиафакт, или то, что позволит сделать его таковым — тема, сюжет, коллизия, интересная простому обывателю. Для обывателя же этот процесс медиаторчества подменяет тягу к чему-то неординарному, высокому. Теперь с помощью всемогущей техники — гаджетов, фото- и видеоборудования, компьютерных программ человек сам становится творцом, возвышенное и непостижимое он держит в своих руках.

Эта стратегия неизбежно приводит к дроблению единой картины мира, так свойственной предшествующим историческим периодам. А замыкание на интересах и потребностях отдельно взятого «я», в свою очередь, срабатывает на понижение общего эстетического уровня запросов общества. Не столь фантастичной становится картина, изображённая в «Терминатор. Генезис», где человечество превратилось в пассивную массу, жаждущую лишь все большего погружения в глобальную сеть, и уже не осознающую, что смертельная уязвимость эволюции кроется как раз в том, что право управления этой системой и есть тотальная власть над миром.

Какие черты нашего времени могли породить такие опасения у автора-фантаста?

Медиафакт, растиражированный и предьявленный публике создаётся обоюдно: источник информации осуществляет чуткий мониторинг спроса, а потребитель с помощью просчитываемых технологий «голосует кликом» или «лайком» за тот или иной медиапродукт. *Массовость не просто учитывается в формировании контента, она существует как оценочная категория, дающая право на существование того или иного ресурса.* С массовостью связана и прямая монетизация контента — финансовые потоки придут туда, где статистика посещений убедительнее.

Предложенные темы затрагивают чувства — аффектация медиасюжетов становится нормой, а философские искания личности в цивилизованном обществе в духе Кортасара просто не находят места в стремительном потоке событий, фактов, сенсаций. Меняется сам характер высказываний: нарратив приобретает формы устной речи, отрывочной, с элементами брани, насыщенной сленгом и вульгаризмам. Применив высказывание Бахтина об эволюции словесного творчества к нашей теме, мы можем констатировать уход литературности высказываний из вербального пространства: «Речевые субъекты высоких, вещающих жанров — жрецы, пророки, проповедники, судьи, вожди, патриархальные отцы и т. п. — ушли из жизни. Всех их заменил писатель, просто писатель, который стал наследником их стилей. Он либо их стилизует (то есть становится в позу пророка, проповедника и т. п.), либо пародирует (в той или иной степени). Ему ещё нужно выработать свой стиль, стиль писателя»<sup>17</sup>.

Технологии позволяют не только формировать своё виртуальное «я», но и дают возможность человеку воссоздать желаемую атмосферу вокруг себя. В итоге границы новой реальности размыты, эффект присутствия одновременно здесь и везде способствует трансформации мироощущения. За предложенным нам медиафактом мы уже можем не разглядеть настоящего события, и тем не менее мы уверены, что понимаем суть происходящего — ведь наши девайсы переносят нас в любую точку мира, в любое время, словно разрывая границы бытия. Становясь незаменимыми, разговаривая на понятном нам языке, о понятных и близких нам явлениях и людях, масс-медиа достигают той точки доверия к себе, когда сказанное извне воспринимается как наше собственное мнение.

Художники и учёные, пытаясь осознать феномен новой эстетической реальности, зачастую демонизируют роль технологий в процессе её формирования. Предметом подобных исследований становится медийный инструмент сам по себе (компьютерная программа, техническое устройство, инсталляция с использованием технических новшеств), который сознательно лишают непосредственной связи с одушевлённым субъектом, его создавшим. Эта черта нового времени легко вписывается в контекст упрощения смыслов: за получением по сути примитивных эстетических результатов человек обращается к технологиям, способным по ряду причин так или иначе «играть» нашим восприятием времени, пространства, красоты. Между тем необходимо понимать, что технологии, какую бы задачу они не решали, сами по себе не могут вырабатывать эстетический идеал современности, для этого необходим человек, его воля и система его запросов.

Приходится признать, что система запросов общества все более отчётливо становится, по мнению И.В. Анненковой, на уровень крайнего секуляризма, сознательного принижения до

<sup>17</sup> Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества/ Сост. С.Г. Бочаров. — 2-е изд. — М.: Искусство, 1986. — 445 с.



уровня телесных потребностей. «Останавливаться на активизации в современных СМИ лексики телесного низа нет нужды: об этом много сказано [...] Изъятие из триады Дух – Душа – Тело, составляющей полноту христианского представления о человеке, двух первых компонентов и гипертрофированная акцентация последнего полностью меняют и искажают место человека в современной картине мира. А значит – искажают и саму картину мира»<sup>18</sup>.

Так что же в действительности даёт человечеству совершенная, отвечающая самым прихотливым его пожеланиям, техно-революция медийного пространства?

Действительно, прорыв техно может открыть удивительные возможности для самопознания, новые горизонты прекрасного, питать человеческий разум неповторимыми ощущениями и знаниями. Как верно отметил в одной из своих статей Патриарх Кирилл: «Сегодня в деле гармонизации прав человека и нравственности очень важна позиция средств массовой информации. Они должны представлять положительные примеры использования свободы. Как человек будет нравственно пользоваться своей свободой, если телевидение демонстрирует ему в качестве успешного образа жизни сплошное потребление, насилие, разврат? В своё оправдание представители [...] СМИ говорят, что такая продукция востребована и хорошо продаётся. Никто и не спорит, что порок легко продаётся. [...] Однако неправда, что у современного человека есть «спрос» только на порок. Он ищет счастья, мира, настоящей любви и других добродетелей»<sup>19</sup>.

Сейчас же мы вынуждены признать, что на массовом уровне имеет место иная тенденция, когда человек прячется в «футляр» индивидуальных настроек, не только максимально сузив своё виртуальное пространство, но и постепенно утрачивая почву под ногами реальной жизни. Он слишком много времени проводит внутри «себя-другого», своего «аватара», отрываясь от реальности и продвигаясь в ней только с помощью «электронных протезов».

Решение видится не только в глубоком изучении возможностей и роли электронных масс-медиа в формировании мировоззрения современного человека, но и более ответственная их позиция по отношению к обществу в целом и человеку в частности.

#### Литература

1. Анненкова И.В. Гнедой харизматик, или об одной стратегии в языке // <http://russkayarech.ru/files/issues/2010/3/12-annenkova.pdf>
2. Анненкова И.В. Риторическая модель современного медиадискурса // [http://jf.spbu.ru/upload/files/file\\_1357770312\\_5759.pdf](http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1357770312_5759.pdf)
3. Анненкова И.В. Современная медиакартина мира: неориторическая модель (Лингвофилософский аспект). – Дисс. д. филол. н. – М., 2012. – 440 с.
4. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / Сост. С.Г. Бочаров. – 2-е изд. – М.: Искусство, 1986. – 445 с.
5. Кирилл, Патриарх Московский и всея Руси. Свобода и ответственность: в поисках гармонии. Права человека и достоинство личности. – Изд. 2-е, дополненное. – М.: Изд-во Московской Патриархии Русской Православной Церкви, 2014. – 288 с.
6. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: Академический Проект, 2006. – 448 с.
7. Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. – М.: Академический проект, 2005. – 400 с.
8. Медиа: между магией и технологией / Под ред. Н. Сосна и К. Федоровой. – М.; Екатеринбург: кабинетный ученый, 2014. – 330 с.
9. Полонский А.В. Массмедийность как категория дискурса и текста // Дискурс современных массмедиа в перспективе теории, социальной практики и образования». I Междунар. науч.-практ. конф. Белгород, БелГУ, 1–4 апреля 2014 г.: Сб. науч. работ / Под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского, А.Г. Ходеева. – Белгород: КОНСТАНТА, 2014. – С. 110 – 122.
10. Рогозина И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект // Дисс. д. филол. н. – Барнаул, 2003. – 430 с.;
11. Тойнби А.Дж. Постигание истории / Пер. с англ. Е.Д. Жаркова. – М.: Айрис-пресс, 2010. – 612 с.

<sup>18</sup> Анненкова И.В. «Гнедой харизматик, или об одной стратегии в языке» // <http://russkayarech.ru/files/issues/2010/3/12-annenkova.pdf>

<sup>19</sup> Кирилл, Патриарх Московский и всея Руси. Свобода и ответственность: в поисках гармонии. Права человека и достоинство личности / Издание 2-е, дополненное. – М.: Издательство Московской Патриархии Русской Православной Церкви, 2014. – 288 с.