

DOI: 10.12731/2218-7405-2015-8-35

УДК 316.7, 304.3

МЕДИАТИЗАЦИЯ КУЛЬТУРЫ И МИФЫ СОВРЕМЕННОСТИ

Козлова Е.Г.

В данной статье идет речь о медиатизации жизни общества, сложностях и противоречиях передачи и восприятия информации в современной культуре. Основными негативными аспектами медиатизации становятся – неконтролируемость информационных потоков, рост объемов информации, информационные войны, а также мифологизация событий. Миф как форма коллективного мышления, становится инструментом современных СМИ. Создаваемая медиа реальность формирует особый тип культуры, характеризующийся стандартизацией и стереотипностью, пассивностью сознания и некритичным восприятием действительности.

Ключевые слова: медиа культура; медиатизация; мифологическое сознание.

MEDIATIZATION OF CULTURE AND MYTHS OF MODERN TIMES

Kozlova E.G.

In this article refers to the mediatization of society, the complexities and contradictions of the transmission and perception of information in modern time. The main negative aspects are mediatization – lack of control over information flows, the growth of information, news of the war and the mythologizing of events. Myth as a form of collective thinking, it becomes a tool of modern media. Reality created by the media creates a unique type of culture, characterized by standardization and stereotyped, uncritical passivity of consciousness and perception of reality.

Keywords: media culture; mediatization; mythological consciousness.

Современное общество характеризуется медиапроцессами, которые завладели всеми сферами жизни. Медиакультура использует современные средства аудио-визуальной коммуникации и отличается широким охватом передачи, массовым распространением, высокой скоро-

стью распространения информации. К мейдиным средствам по мнению разных исследователей относятся – электрический свет, реклама, одежда, печать, газеты, кино, радио, телевиденье, игры, фотография, комикс, часы, дороги и транспортные средства, телеграф, пишущая машинка, оружие, деньги и многое другое (М. Маклюэн [5]), но в кобщепринятом варианте это прежде всего радио, телевиденье, интернет ресурсы.

Медиа как самый широкий и доступный способ передачи информации аккумулируется в среде политики и интеллигенции и используется для формирования общественного мнения, вкуса, культурной и политической пропаганды, а также новостная и развлекательная функции. Сегодняшняя медиакультура – это интенсивность информационного потока, это средства комплексного освоения человеком окружающего мира в его социальных, нравственных, психологических, художественных, интеллектуальных аспектах.

Ю.М. Лотман писал о динамике культуры: «Ни одна культура не может обойтись одним языком. Минимальную систему образует набор из двух параллельных языков – например, словесного и изобразительного. В дальнейшем динамика культуры включает в себя умножение набора семиотических коммуникаций... Акт коммуникации следует рассматривать не как простое перемещение некоторого сообщения, остающегося адекватным самому себе, из сознания адресанта в сознание адресата, а как перевод некоторого текста с языка моего «я» на язык твоего «ты» [3, 653]. В первобытном обществе, когда речевые средства коммуникации были развиты слабо, основным способом передачи информации были трудовая деятельность и ритуалы. Далее средства коммуникации все более усложнялись, информация накапливалась, и возникали способы фиксировать и сохранять ее для последующей передачи. Так зарождалась письменность, которая позволила выбраться из первобытного состояния и послужила основой дня развития науки, искусства, технической мысли, политики и права.

Характеризуя медиакультуру (прежде всего аудиовизуальные каналы коммуникации, как радио, телевиденье и интернет) можно обратить внимание на то, что наряду с явными преимуществами новейших средств коммуникации, – мгновенная передача информации, единый информационный ресурс для мирового сообщества, коммуникативная и интегративная функция; существуют также и негативные аспекты глобального распространения информации – неконтролируемость информационных потоков, рост объемов информации, «зомбирование» населения, информационные войны, а также смешение элитарной и массовой культуры. Рассмотрим подробнее эти и другие феномены медиакультуры.

Накопление информации, по мнению Ю.М. Лотмана, «подразумевает сохранение предшествующего опыта» [4, 8], то есть сохранение генетической памяти общества, ибо «культура

есть память» [4, 8]. Так медиасредства осуществляют одну из важнейших задач по сохранению и трансляции в массы ценностей культуры. И действительно, только благодаря СМИ мы имеем возможность, не выходя из дома побывать в театре и увидеть гениальную игру актеров, услышать исполнение симфоническим оркестром вальса Штрауса, посмотреть документальный фильм о великой отечественной войне, или выступление спортсменов на олимпийских соревнованиях.

Компьютер и интернет выступают в обществе с коммуникативной функцией, позволяя развивать культурный диалог между странами и континентами, социальными группами и индивидами, интернет технологии позволяют в любой момент и мгновенно вступить в контакт с любым информационным ресурсом.

Далее нужно отметить, что медиакультура несет ответственность за усвоение индивидом норм и правил, установленных в обществе, за его социализацию и инкультурацию. Обычаи и традиции, этикет и нравы, законы и конституционные акты транслируются посредством СМИ как общепринятые в данной среде и являются ценностными ориентирами для сохранения целостности общества, его структуры, свойств и функций.

Компенсаторная функция культуры в самом широком смысле представлена и в медиаресурсах. Компьютер и интернет получили свое распространение не столько за счет своих свойств, используемых в процессе работы, сколько за счет возможности погрузиться в игровую или виртуальную среду. Компьютерные технологии позволяют прожить виртуальную жизнь вымышленных героев, обладающих уникальными свойствами, невозможными в реальности. Просмотр фильмов по телевидению или путешествий в виртуальных компьютерных мирах дают возможность на короткое время абстрагироваться от реальности.

В быту телевизор, через который транслируются многочисленные информационные каналы, многие называют «зомбоящик». Такое народное название пришло не случайно. По мнению А. Цуладзе «СМИ тоталитарны по своей природе, так как стремятся взять под свой контроль волю людей, их мысли и чувства, тем самым ограничивая свободу личности, поработавшая ее» [9, 224]. Воля человека ежеминутно подвержена насилию, ему говорят, что есть и пить, где отдыхать, как быть счастливым. Реклама сообщает ему, что один маленький шаг его отделяет от успеха и благополучия. Однако проблема в том, что за день человек успевает столкнуться с сотнями или тысячами подобных рекламных сообщений. Индустрия кино дарит зрителю картинку красивой жизни, вечной любви и простого человеческого счастья, с экрана телевизора напоминают, что «богатые тоже плачут», но жизнь прекрасна и удивительно и для каждого найдется свой принц и своя принцесса. «Большой Брат не следит за тобой. Большой Брат

поет и пляшет. Достает белых кроликов из волшебной шляпы. Все время, пока ты не спишь, Большой Брат развлекает тебя, отвлекая внимание. Он делает все, чтобы не дать тебе время задуматься. Он делает все, чтобы тебя занять. Он делает все, чтобы твое воображение чахло и отмирало. Пока окончательно не отомрет. Превратиться в бесполезный придаток типа аппендикса. Большой Брат следит, чтобы ты не отвлекался на что-то серьезное. Но лучше бы он следил за тобой, потому что это значительно хуже – когда в тебя столько всего пихают. Когда столько всего происходит вокруг, тебе уже и не хочется думать самостоятельно. Ты уже не представляешь угрозы. Когда воображение атрофируется у всех, никому не захочется переделывать мир» [7, 27]. Подобная культура превращает активного гражданина в потребителя, она выгодна любой правящей партии, поскольку внимание оторвано от политических проблем и событий, интересы сконцентрированы на рыночных отношениях «продавец-покупатель».

К тому же не случайно новостные передачи и некоторые каналы на российском телевидении отличаются особой катастрофичностью. «Нагнетание негативной атмосферы через телевидение приводит к подавленности и социальной пассивности зрителей. Телевидение, выплескивая на аудиторию потоки «чернухи», подавляет волю людей к сопротивлению, критической оценке реальности» [2, 187-188]. После телевизионных страшилок реальная жизнь начинает казаться безоблачной и прекрасной.

В подобном хаосе информации необходимой потребностью общества стало создание позитивной реальности, объясняющей все происходящие события, их правомерный и не случайный характер. Современное общество находится в поисках нового мифа. Можно отметить, что социальные мифы XX столетия стали основным средством порабощения личного и общественного сознания, механизмом манипулирования массами, которые легко соглашаются целиком и полностью включаться в структуры новых мифологий, продуцируемых либо в рамках различных утопий (коммунизм, нацизм и пр.), либо в рамках идеологий, оправдывающих легитимность устройства современной рыночной цивилизации.

Рассматривая миф как форму коллективного мышления, можно увидеть, что современный мир все еще сохраняет следы мифического поведения: например, принятие всем обществом некоторых символов интерпретируется как сохранение коллективного мышления. Единственное значительное различие заключается в наличии у большинства индивидуумов, составляющих современное общество, персонального мышления, которое отсутствовало, или почти отсутствовало, среди членов традиционных обществ. С первого взгляда современный мир не богат на мифы. Однако, по словам Э. Кассирера «Миф всегда рядом с нами и лишь прячется во мраке, ожидая своего часа» [1, 384].

Мирча Элиаде предлагает рассмотреть коммунистическую теорию Маркса, оставляя в стороне все вопросы философской обоснованности марксизма и его исторической судьбы. По мнению Элиаде, «Коммунистический манифест» – это ни что иное, как продолжение одного из величайших эсхатологических мифов Средиземноморья и Среднего Востока. На страдальческий пролетариат он возлагает миссионерскую функцию изменения онтологического статуса мира. «Фактически бесклассовое общество Маркса и последующее исчезновение всех исторических напряженностей находит наиболее точный прецедент в мифе о Золотом Веке, который согласно ряду учений лежит в начале и в конце Истории. Маркс обогатил этот древний миф истинно мессианской иудео-христианской идеологией: с одной стороны пророческой и спасительной ролью, которая приписывается пролетариату, и с другой – решающей битвой между Добром и Злом, заканчивающейся решительной победой Добра, что вполне можно сравнить с апокалипсической борьбой между Христом и Антихристом» [10, 27].

Нацизм мифологичен не менее марксизма, но он ориентирован на пессимистическую германскую мифологию, и это во многом объясняет неудачу нацистского идеологического проекта. В своей попытке отбросить христианские ценности и восстановить духовные истоки «расы», то есть нордического язычества, нацизм пытался оживить германскую мифологию. Юнг считал, что политика Гитлера «наиболее близка к магометанству, реалистичная, земная, обещающая максимум вознаграждений в этой жизни, но с мусульманоподобной Валгаллой, попасть в которую и наслаждаться жизнью в ней имеют возможность достойные немцы» [11, 346]. С точки зрения психоанализа, такая попытка была фактически приглашением к коллективному самоубийству, поскольку, если в христианской традиции «конец света» завершает и в то же время возрождает историю, то в скандинавской мифологии за последней битвой богов и хтонических чудовищ следует катастрофический конец света и гибель богов. М. Элиаде удивляется тому, что такое пессимистическое видение мира могло захватить значительную часть германского народа.

В конечном итоге миф с помощью медиа создает особую мифологическую реальность, которая начинает восприниматься человеком как истина, как объективная реальность. Важнейшая функция политического мифа – легитимизация властных институтов и носителей верховной власти в стране. Элиаде ссылается на работу Юнга «Современный человек в поисках души», в которой по его словам «он подразумевал, что современный мир, находящийся в кризисе со времени своего глубокого разрыва с христианством, находится в поисках нового мифа, который позволит ему черпать из новых духовных источников и обновит его созидательные силы» [10, 25].

Мифологизм в поведении современного человека лучше всего проявляется в его отношении ко времени, в его желании «выйти» из времени своего настоящего и жить во времени чтения и зрелищ, являющихся аналогом ухода в литургическое время в религии или «время начала» в мифе. Точно также современный человек пытается убежать от однородности времени и вступить во время, качественно отличное – абсолютное время. Многие публичные зрелища имеют ритуальное происхождение и мифологическую структуру, будь то бой быков, скачки, соревнование атлетов, театральное представление или кино. Приобщение к этим зрелищам – это время повышенной напряженности, которое вызывает не только эстетические чувства, но и глубокое эхо мифологического времени.

В современном медиаобществе не существует ни сословий, ни каст, ни у кого нет гражданских привилегий. Информация доступна всем и каждому в равной степени. Никогда за всю историю человек не знал условий, даже отдаленно похожих на современные. Речь действительно идет о чем-то абсолютно новом, что внес в человеческую судьбу XIX век. Ортега-и-Гассет приписывает человеку две характерные черты: «беспрепятственный рост жизненных запросов и, следовательно, безудержная экспансия собственной природы и, второе, врожденная неблагодарность ко всему, что сумело облегчить ему жизнь» [6, 73], и сравнивает его с избалованным ребенком.

Медиа делают доступными для самой широкой публики то, что прежде было доступно лишь элите, объясняют простым и понятным языком любые явления, лишь бы они были приняты массами. Так возникает следующая проблема медиакультуры – стандартизация ценностей и идей, которая сталкивается с инертностью общества, политической и идеологической апатией топы, которая только и ждет, чтобы ей предоставили как можно больше хлеба и зрелищ. Создаваемая медиа массовая культура характеризуется стандартизацией, стереотипностью, повторяемостью приемов, некритичным отношением к реальности.

Человек из толпы знает обо всем по не многу и не хуже других, он разбирается в моде, искусстве, кино и политике, для него не существует авторитетов, он образован, умен и считает себя практически совершенным. Однако Х. Ортега-и-Гассет видит в этом серьезнейшую проблему и угрозу для культуры. «Культуры нет, если нет устоев, на которые можно опереться. Культуры нет, если нет основ законности, к которым можно прибегнуть. Культуры нет, если к любым, даже крайним взглядам нет уважения, на которое можно рассчитывать в полемике. Культуры нет, если экономические связи не руководствуются торговым правом, способным их защитить. Культуры нет, если эстетические споры не ставят целью оправдать искусство» [6, 115].

Фотография, кино, радио и газеты разрушают ауру вещей и являются предвестниками кризиса традиционных форм: живописи, театра и литературы. Новые технологии способствуют формированию «массовости» искусства. С экрана телевиденья «льстят индивиду, придавая ему важность в собственных глазах, они делают вид, будто обращаются к его критическому суждению, его способности разобраться в чем угодно. Но это лишь способ усыпить подозрения индивида и помочь ему обмануть самого себя в отношении «независимости» его решений» [8, 46].

Насколько объективна наша реальность следует судить по тому, что информация транслируемая нам из массовых источников не просто осведомляет о событиях, происходящих в мире как факте, а чаще всего преподносится однобоко, той стороны, которая характеризует «своих» с лучшей стороны, и «чужих» с худшей. Есть масса примеров того, как фабрикуются новости, когда недосказанность, смещение акцентов или утаивание фактов делает известие совершенно противоположным по смыслу. И попадают в ленту такие новости не по ошибке или недосмотру, а лишь потому, что это кому-то выгодно.

Информационное поле конфликтов разрабатывается сегодня тщательнее, чем военная операция. Сейчас журналисты становятся одними из главных участников при любых событиях. Они могут примирить конфликтующие стороны или разжечь бойню. От того, что пишут в газетах, показывают по телевидению и в Интернете, в значительной мере зависит оценка событий мировым сообществом, политические решения часто опираются на информацию, которую получают из СМИ. При возникновении политически обостренной ситуации создаются и используются все более новые методики и приемы информационной войны. Поэтому обеспечение информационной безопасности, противодействие информационно-психологическому давлению приобретает особое значение.

Элита и власть, контролирующая глобальные СМИ, имеет все возможности для влияния на человеческие эмоции и нравственные взгляды, для формирования политических убеждений людей в соответствии с собственными интересами и целями. Методика всегда одна и та же: ложь и дезинформация. Когда нужно было захватить Ирак и обеспечить контроль нефтяных месторождений и дорог, выдумали угрозу атомного оружия, которым якобы обладал Саддам Хусейн. Когда нужно было обеспечить присутствие американской военной группы в любой точке мира и воплотить в жизнь теорию о профилактической войне, все информационные источники стали говорить о войне с терроризмом. «Хвост виляет собакой», так этот плутовский трюк обозвали создатели фильма о том, как политики продюсируют новости, как события в новостях развиваются по собственному сценарию, независимо от реальных фактов.

В течение многих столетий западу было легко вести информационную войну против всего мира, потому что все открытия, изобретения, передовые технологии, вся культура и все книги – производились на Западе. Западное влияние велико, но не безгранично. Каждая страна заинтересована в своей информационной безопасности, контролирует и в какой-то степени ограничивает информационные потоки. Чтобы получить достоверную информацию, не достаточно ознакомиться с мнением одного журналиста одного источника. Разносторонние мнения и суждения СМИ плюс трезвый взгляд на вещи самого потребителя обеспечат максимально объективную оценку происходящего.

В целом заполонившие все сферы жизни человека медиа представляют своего рода угрозу, поскольку представляют собой мнимую реализацию любых потребностей человека, замещают необходимость в общении, развлечениях, социальной активности, самовыражении и самореализации. Они создают видимость проблемы и уводят за собой массы, которые доверили решение своих возникших проблем. Чаще всего средства массовой информации отчуждают людей от личного опыта, суррогатно возмещают его, усиливают эмоциональную изоляцию людей друг от друга, от реальности и от самих себя.

Избавившись от предрассудка – отождествления мифа с вымыслом, фикцией, всем тем, что выходило за рамки «реальности» – следует отметить, что для человека традиционной культуры миф есть единственно верное откровение действительности. К пониманию этого постепенно приходит и современный человек, уже начавший догадываться, что миф есть иной образ мышления, к которому нельзя подходить с заведомым предубеждением как к заблуждению. Следует признать, что миф – наиболее значительная форма коллективного мышления в общей истории мысли. А поскольку коллективное мышление присутствует в любой эпохе и любом обществе независимо от культуры и уровня развития, то оно неизбежно должно формировать черты мифологического сознания.

Поэтому миф в той же степени присутствует в современном обществе, в какой и в архаичном: в плоскости общественной жизни нет разрыва в последовательной смене архаического и современного миров. Единственное значительное различие заключалось в наличии у большинства индивидуумов, составляющих современное общество, персонального мышления, которое отсутствовало, или почти отсутствовало, среди членов традиционных обществ.

Мирча Элиаде считает, что мифическое сознание тесно связано с сознанием историческим. В архаичных обществах миф являлся своеобразной парадигмой для развития истории. Миф призван был передавать абсолютную истину о священной истории. Миф содержал в себе некую модель, которая циклично воспроизводилась в истории, и являлся тем самым образцом

для всех человеческих поступков: другими словами, миф является истинной историей того, что произошло у истоков времени, и предоставляет образец для поведения человека.

Открытие линейной истории в монотеистическом сознании, в каком-то смысле стало преодолением мифа. Но миф, видоизменившись, продолжает присутствовать в современном историческом сознании. Несмотря на то, что современное сознание освободилось от многих мифологических моментов, претензия некоторых политиков XX века, типа Ленина и Гитлера, на воплощение в себе силы космического масштаба, возрождающую историю, показывает живучесть в историческом сознании мифологических архетипов. Однако в идеологии ленинизма и гитлеризма мы видим не просто пассивное стремление соответствовать мифологическому архетипу, а активное стремление создать новый миф.

Для анализа мифологичности современного исторического сознания необходимо выделить еще один важный момент понимания мифа. Этот момент связан с задачей мифа устранять проблемность из восприятия жизни, делая все ее моменты осмысленными. Так, мифологическое мышление способствует снятию тяжести страданий и ужаса перед действительностью.

Отсюда ясно, что не только древний, но и современный человек не может обходиться без мифологических принципов осмысления действительности. Мифологическое сознание нацелено на то, чтобы их снять, сделать действительность, с точки зрения ее познавательности, беспроблемной, осветить мифологическим смыслом все моменты жизни. Способность наделять смыслом все моменты жизни, не оставляя ничего непонятого, проблематизированного, служит критерием истины для современного человека при выборе им той или иной идеологической установки. Этот критерий истины предопределяется основным принципом мифологического сознания – снимать, а не ставить проблемы, устранять вопросы, превращая действительность в насквозь осмысленную и понятную.

Список литературы

1. Кассирер Э. Политические мифы // Реклама: внушение и манипуляция. – М., 2001.
2. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: Академический Проект, 2006. 448 с.
3. Лотман Ю.М. Об искусстве. – СПб: Искусство, 1998.
4. Лотман Ю.М. Беседы о русской культуре. – СПб: Искусство, 1994.
5. Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева, закл. ст. М. Вавилова. – М.: Жуковский: Канон-Пресс-Ц, 2003. 464 с.

6. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс // Философия. Эстетика. Культура. – М.: Мысль, 1993.
7. Паланик Ч. Колыбельная: [роман] / Чак Паланик; пер. с англ. Т.Ю. Покидаевой. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2007. 285 с.
8. Фромм Э. Бегство от свободы: Пер с англ. / Общ. ред. и послесл. П.С. Гуревича. – М.: Прогресс, 1989. 272 с.
9. Цуладзе А. Политическая мифология. – М., 2003.
10. Элиаде М. Мифы, сновидения, мистерии. – М., 1996. 288 с.
11. Юнг К.Г. Диагностируя диктаторов // Одайник В. Психология политики. – М., 1996.

References

1. Kassirer E. Politicheskie mify [Political myths]. *Reklama: vnushenie i manipulyatsiya* [Advertising: suggestion and manipulation]. – Moscow, 2001.
2. Kirillova N. *Mediakultura: ot moderna k postmodernu* [Media culture: from modern to postmodern]. – Moscow: Akademicheskij proekt, 2006. 448 p.
3. Lotman Y. *Ob iskusstve* [About Art]. – St.Petersburg: Iskusstvo, 1998.
4. Lotman Y. *Besedi o russkoy culture* [Conversation about Russian culture]. – St. Petersburg: Iskusstvo, 1994.
5. McLuhan M. *Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: The outer expansion of man]. – Moscow; Zhukovskiy: Kanon-press-C, 2003. 464 p.
6. Ortega y Gasset J. *Vosstanie mass* [The revolt of the masses]. – Moscow: «АСТ», 1993.
7. Palahniuk C. *Kolibel'naya* [Lullaby]. – Moscow: AST Moscow: Hranitel'. 2007. 285 p.
8. Fromm E. *Begstvo ot svobodi* [Escape from Freedom]. – Moscow: Progress, 1989. 272 p.
9. Tsuladze A. *Politicheskaya miphologiya* [Political mythology]. – Moscow, 2003.
10. Mircea E. *Miphi, snovideniya, misterii* [Myths, dreams, mystery]. – Moscow, 2996. 288 p.
11. Jung C.G. *Diagnostiruya diktatorov* [Diagnosing dictators]. – Moscow, 1996.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Козлова Елена Геннадьевна, соискатель ученой степени кандидата культурологических наук

*Санкт-Петербургский Государственный Университет
Университетская наб., 7-9, г. Санкт-Петербург, 199034, Россия
e-mail: for_elenko@mail.ru*

DATA ABOUT THE AUTHOR

Kozlova Elena Gennadevna, competitor degree of candidate of cultural sciences

St. Petersburg State University

Universitetskaya nab., 7-9, St. Petersburg, 199034, Russia

e-mail: for_elenko@mail.ru