

ПЕРВЫЕ ШАГИ В НАУКЕ

Представляем работы молодых ученых

Ильин Алексей Николаевич

кандидат философских наук,
старший преподаватель кафедры философии
Омского государственного педагогического университета
Омск, Россия
e-mail: ilin1983@yandex.ru



Мифотворчество дискурса новостей как социальная реальность

Исследуются новости как феномен социальной реальности. В современном информационном обществе новости, факты теряют свое первоначальное значение. Они заменяются на политически или идеологически ангажированные метанаррации, легитимация которых ставится под вопрос. Истин много, но ни одна не имеет преференций на статус абсолютной истины. Истины формирует субъективность, которая утопает в океане альтернативных реальностей. Информационная многомерность соотносится не с реальностью, а с нашим восприятием реальности, она создает это восприятие — расколотое, плавающее и одновременно уставшее от состояния этой расколотости и дрейфа.

Ключевые слова: информационное общество, новости, информация, субъект, средства массовой информации, миф.

В эпоху всеобщей информатизации происходит нарастание потока информации, но переизбыток информации ведет к ее исчезновению в реальности, к передозировке, дезинформации и энтропии. Вся реальность превращается в текст, в совокупность составляющих сообщения кодов, знаков и символов, которые обозначают модель реальности. Реальность в информационную эпоху трансформируется в собственную модель, территория становится картой, где истинные и ложные суждения переплетаются. С ростом влияния СМИ и скоростных интернет-потоков информации становится много, человек теряется в ней, утопая в массмедийном море сообщений. В этом ареале повышенного шума исчезает и real бытие. Технологии информатизации действуют настолько быстро, что культура и человеческое

мышление не успевают их подчинить себе. Хаос СМИ рождает ментальный хаос, хаос в персональных и коллективных представлениях и идентичностях. Именно это мы наблюдаем, обращаясь к такому феномену, как новости, и понимая, что в мире СМК невозможно разобраться, что является отражением действительности, события, а что — его полной фабрикацией. Поэтому возникает вопрос: а оправдывает ли свое название информационное общество? Может быть, его онтологическую суть раскрывает именование «псевдоинформационное»?

В течение долгого времени культурные ценности не менялись и регулировали жизнь ряда поколений. Сейчас социальный и культурный циклы разорваны, и этот разрыв проявляет себя в быстрой смене культурных традиций и ценностей; время одной человеческой жизни «вмещает» в себя чередование нескольких культурных эпох. В потоке общественно-культурных изменений время сжимается, а человек и общество утрачивают почву под ногами. Для именованного этого процесса подходит неологизм «глокализация», обозначающий пространственно-временное сжатие, посредством которого в одном пространстве и времени происходит столкновение разных культур. Вследствие сжатия «информационного времени» дискуссии о научно-технических революциях утратили актуальность. Собственно, в поле видимости нет ничего, кроме этой революции, она стала повседневной. Усложнение социокультурной динамики приводит к еще большему социальному расслоению — далеко не все готовы анализировать происходящее и адаптироваться к меняющимся условиям социальной реальности, появляются новые группы маргиналов.

Примечательно то, что слово «новости» перестало быть тождественным самому себе. Это выражается в стирании демаркации между: 1) важными и второстепенными новостями, 2) новостями и домыслами, 3) новостями и рекламными сообщениями. Вместе с тем не существует четкого разграничения между этими тремя «новостными» дискурсами, и разделение, которое мы позволили себе, носит условный характер.

«Фактически средства массовой коммуникации сами и определяют “значительность” фактов, причем делают это почти произвольным образом: ведь именно они подают факты в таком свете, что в сознании миллионов людей весть о замужестве иранской принцессы предстает как не менее важное событие, чем последнее крупное открытие в области атомной энергии» (Моль, 1973: 120–121). Действительно ценные факты, затрагивающие всю общественную жизнь, замалчиваются или фальсифицируются. Срочность информации, ее постоянное обновление сводится к постоянному вытеснению одной информации другой, и все события обладают примерно одним и тем же статусом важности. Новость дня, новость часа, новость минуты, новость секунды... — все это приводит к перегрузке сознания.

СМИ манипулируют не только сознанием масс, но и фактами. В этом и заключается мифологичность СМИ; миф — система знаков, которая претендует перерасти в систему фактов (Барт, 1994). На протяжении всей истории существования СМИ потребителя «кормили» ложью и фальшью. Сколько в информационном поле обитает так называемой конспирологической информации, цель существования которой — компрометация, недопущение серьезного отношения к исследованиям в нежелательном для кого-то направлении? Где здесь истина? Домыслов может быть сколько угодно.

Если власть, у которой СМИ «под каблуком», будет постоянно питать общественность фальшью, рано или поздно кто-то докопается до истины; но если создать два

рода лжи, противоположные по отношению друг к другу, и поместить фокус внимания общественности, то найти истину будет намного сложнее. Заинтересованные группы распространяют сбивающую с толку информацию для обеспечения секретности существенного знания, и, быть может, убеждение в существовании такой политмахины — тоже очередной домысел. Поэтому в наше время стало неизвестно, чему верить и верить ли вообще чему-нибудь, «ибо чистая истина не обладает никаким преимуществом перед искажением ее...» (Хоркхаймер, Адорно, 1997: 118). За правду можно принять правду, но и за правду можно принять ложь. Каждая мысль наталкивается на своего противника, но не нейтрализуется антиподом, любое обвинение встречает оправдание в агональном коммуникационном пространстве, создающем включенность в интерпретационную активность.

В массовой литературе, часть которой претендует на научность, муссируется идея грядущего глобального потепления. Казалось бы, в ней приводятся хорошо аргументированные доводы в защиту данной концепции, однако многие ученые с ней категорически не согласны, считая, что потепление — это миф, придуманный специально какими-то структурами, которым он выгоден. Искать здесь истину — в пользу одной или другой концепции — дело неблагодарное. Можно просто не соглашаться с выводами ученых хотя бы потому, что сами ученые по ряду вопросов не могут прийти к единому мнению. А когда научные сведения противоречивы или когда наука сливается с властными инстанциями и работает на них, она утрачивает объективность и собственно научность.

Многие факты указывают на то, что не только интерпретации событий и новостные мифы бывают вовлечены в целенаправленную технологию, благодаря которой они создаются кем-то ради определенной выгоды, но зачастую эта технология затрагивает также сферу искусства, к которой относятся кино и музыка. Может быть, следует согласиться с тем, что некоторые продукты массовой культуры создаются «не просто так», а в том числе ради идеологической или экономической выгоды. Так что эти культурные продукты вполне могут быть политически, идеологически или экономически ангажированными. Причем может иметь место разноуровневое запутывание — как на глобальном уровне, так и на локальном. Примером запутывания на локальном уровне служит любая новостная сводка о текущих событиях, которые затрагивают общественность лишь на короткое время и быстро забываются, так как в скором времени на их место приходят другие события, того же уровня. Когда нам долгое время говорят одно, потом начинают активно убеждать в противоположном, затем придумывают что-то третье, то мы оказываемся настолько запутаны этими «истинами», что не можем оставаться убежденными ни в чем. Или же когда нас просто «кормят» одним и тем же долгое время, и это одно и то же исходит с экранов телевизора, газетных страниц, Интернета, не давая возможности фигурировать в массмедийной среде альтернативным точкам зрения, благодаря такому постоянному повторению у нас утрачивается способность критически оценивать поступающую информацию.

Наша мысль созвучна идее С. Л. Бурмистрова о том, что нам известна не реальная картина общественных событий, а только то, что транслируется через газеты и телевидение, а это далеко не одно и то же (Бурмистров, 2003). Массмедиа не только отображают реальный мир, но и создают альтернативную реальность, которая необязательно копирует действительность, зачастую противоречит ей. Этот виртуальный мир подменяет реальный, выдается за него. Многочисленные потоки противоречивой

информации создают основную ценность — доверие ко всему, а значит, недоверие ни к чему. Каждая монументальная истина с неизбежностью сменяется следующей — более «монументальной» и более «истинной». А если они существуют одновременно, в сознании реципиента создается настоящий хаос, когнитивный диссонанс. С. А. Батчиков обвиняет в создании такого ментального хаоса тех, кто движет мир к диктату мирового правительства, представленного в транснациональных корпорациях, глобализаторов, одержимых идеей «золотого миллиарда», навеянной радикальным мальтузианством (Батчиков, 2010). В качестве инициаторов этой идеи можно назвать не только какое-то далекое мировое правительство, но и непосредственных создателей новостей, репортажей, рекламы и т. д. У каждого из них в отдельности нет цели конституировать противоречивый ментальный образ в сознании реципиента, но он генерируется благодаря не персональной (локальной) воле, а сосуществованию различных персональных волей, каждая из которых конструирует свой репортаж, отличный от других.

«Сам рынок конспирологической литературы во многом призван дезориентировать людей, топить их в потоке информации, в котором они не способны разобраться, отвлекать внимание от реальных секретов, от тех мест, где их действительно прячут» (Фурсов, 2010b). И на помощь этому рынку, а точнее, некоторым персональным волям (или очагам власти) приходит наука или некое «знание», всего лишь обернутое в наукоемкую оболочку. Перед этим «знанием» ставится задача — не поиск истины (основная цель науки), а оправдание в глазах общественности действий заказавшей данное «знание» группы лиц. Таким образом реализуется связь «власть—знание». Например, тоталитарные режимы ради оправдания политики террора склонны апеллировать к авторитетному мнению. Нынешняя власть просто апеллирует к [безличному] авторитету современников: «По мнению экономистов, принятые нами решения относительно дальнейшего развития страны наиболее оптимальны...». Но отсылка к некоему известному и общепризнанному источнику необязательно легитимирует фразу, содержащую эту отсылку; в некоторых случаях скорее наоборот — отсылка призвана скрывать нелегитимность фразы.

Интерес властвующих верхов способен встраиваться в научный дискурс, задавать тот или иной вектор этого дискурса, классифицировать проблемы как научные и ненаучные, актуальные и неактуальные. Однако такая политическая интервенция отчуждает науку от самой себя. Конечно, согласно М. Фуко, власть и знания не могут существовать одно без другого. Но как отношения власти определяют отношения знания, так и наоборот (Делез, 1998). Нечто подобное находим у Ж. Лиотара, который, считая знание и власть двумя сторонами одной проблемы, поднимает вопрос о том, кто решает, что есть знание, и кто знает, что нужно решать? (Лиотар, 1998). Таким образом, оба компонента образуют единую нерасчлененную связку. Но степень подконтрольности науки властным структурам (в прямом понимании термина «власть») может быть различной, и чем она меньше, тем больше шансов у науки оставаться самой собой. Вместе с тем наука не всегда может дать ответ на какой-либо вопрос не столько потому, что она зависима от транснациональных корпораций или иных очагов власти, а потому что она сама далека от совершенства. Эта мысль кому-то покажется тривиальной, но это очевидно далеко не всем, поскольку общественное мнение продолжает уповать на науку и воспринимать ученых как неких гуру, хранителей сакральных знаний, периодически открывающих завесу таинственности и просвещающих людей. «С точки зрения ученых...», —

декларирует реклама. «Наукой было доказано...», — говорится на телевидении. Но бывает, что позиции ученых, объясняющих какое-либо явление, кардинально расходятся. Когда мы сталкиваемся с различными мнениями, этот информационный конфликт рождает сомнения в истинности представленных нашему вниманию теорий. Как отмечал Х. Ортега-и-Гассет, «со-существование двух противоположных верований естественно переходит в «со-мнение» (Ортега-и-Гассет, 2000: 417). И сила сомнения в таком случае будет обратно пропорциональна серьезности и убедительности фактов, защищающих данные концепции. Но если ни у той, ни у другой теории нет фактуальных оснований, возникает сомнение. Многие так называемые новости звучат именно как домыслы, ничем не подтвержденные. И эти домыслы создают в конце концов как перенасыщение сведениями, так и настоящий информационный вакуум. В результате человек теряет почву под ногами, и он: а) начинает верить во все подряд, не желая тратить умственные силы и время на сомнения; пассивно окунуться в информационные потоки значительно легче, чем критически подходить к каждому сообщению; при этом его субъектность растворяется, лишается целостности, шизофренируется; б) перестает верить чему бы то ни было, превращаясь в отъявленного скептика; в) выбирает наиболее близкую своей системе ценностей идею и верит только в нее; верит не потому, что она более основательно преподнесена по сравнению с другими, а потому, что она ближе его «Я».

В последней стратегии заключен распространенный социальный стереотип, согласно которому люди стремятся воспринимать ту или иную информацию потому, что она подтверждает уже существующую картину мира, и пытаются игнорировать ту информацию, которая разрушает сформировавшееся мировоззрение. Информация приходит на смену знанию и становится мощным оружием в руках ее распространителей. Информация, формирующая необходимое общественное мнение, сильнее бомбы.

Пожалуй, единственный верный способ выхода из такого положения — дистанцирование от догм, полное неверие. Правда, эта фраза тоже является своеобразной догмой, которая также не защищена от нападков и сомнений. Представляется, что сама постановка вопроса «где истина, а где ложь?» неверна. Чем больше мы пытаемся их отграничить, тем более запутанный клубок создаем. Нужно не просто искать истину, а искать адекватную методологию для поиска истины.

Субъект воспринимает не структурную модель мира, где все элементы взаимосвязаны, а калейдоскопическую, внутри которой не наблюдается никаких иерархий и взаимосвязей. Ее можно повернуть одним боком, и с ее содержанием вследствие такого переворачивания произойдет трансформация, а можно — другим, что заставит содержание измениться. Из множества противоречащих друг другу истин, идеологий и позиций можно выбирать какую-то, но нельзя быть уверенным в непогрешимости своего выбора. «Никто не может опереться на истину, потому что она сама есть ценность, находящаяся в отношении конкуренции с другими ценностями» (Декомб, 2000: 159). Информация и знание — не одно и то же. Согласно Ж. Бодрийяру, информация — это «не знание, а то, что заставляет знать» (Бодрийяр, 2000а: 68). Как замечают А. Бард и Я. Зондерквист, когда мир тонет в океане хаотических информационных сигналов, возрастает ценность существенного и эксклюзивного знания (Бард, Зондерквист, 2004). Информация должна быть источником знаний, но не заблуждений. А дискурс фрагментаризации, запутывающий человека, уничтожает не только подлинное знание, но и интеллектуала, обладающего этим знанием, вместо которого

появляется человек с узким и хаотично-осколочным мировосприятием, лишенный цельной картины реальности. Множество противоречивых теорий, игра переменчивой взаимосвязи причин и следствий — все это провоцирует ментальную эксплозию, взрывная волна от которой идет во все стороны, и рождает еще больший псевдоинформационный профицит и неизбежную энтропию знания. Невольно вспоминается бодрийеровский диагноз современности, которую он именуется алеаторной, то есть непредсказуемой и неопределенной, утратившей соразмерность субъекта и объекта познания, делающей наше мышление таким же алеаторным, формирующим только гипотезы, не способные претендовать на истинность; коммуникационное пространство усеяно вирусами, которые одновременно являются самой информацией и тем, что ее уничтожает (Бодрийер, 2006). Когда нет полной информационной картины, когда ее место занимает противоречивый эклектичный псевдоинформационный коллаж, невозможно сделать рациональный выбор.

Аудиовизуальная интернет-культура сокращает чтение за счет увеличения просмотра. Если символами «галактики Гуттенберга» были печатное слово и текст, то символами нынешней эпохи стали звук и видео. То, что следует за эпохой книгопечатания, снижает способность к интеллектуальной мобилизации и пониманию, так как дает человеку возможность привыкнуть к легкому, не требующему волевых усилий способу восприятия информации. Само по себе упрощение восприятия информации следует считать благом, но негативная сторона прогресса проявляется в том, что сознание, интеллект и воля перестают напрягаться. Адекватно воспринимать информацию способен тот, кто имеет «книжный» опыт, развивающий волю, интеллект, абстрактно-логическое мышление, воображение и т. д. При столкновении с когнитивным барьером «неначитанное» потребительское медиасознание впадает в ступор или бросается в поиски готового рецепта.

В мегаинформационности нет скрытности и таинства; наоборот, вместо потаенности мы видим слишком выпяченное — то, что не увидеть становится сложно. Но это не эксклюзив, это его эрзац — то, что растворяется в мегамножественности информационного «экслюзива», обрекая себя на обесцененность. Ценен тот продукт, которого мало, которого не хватает; информации много — она не ценна. Как пишет Ж. Бодрийер, пространство радиостанций настолько перенасыщено, что станции перекрывают друг друга и смешиваются до точки невозможности коммуникации (Baudrillard, 1983).

Многие новости звучат как реклама, и, соответственно, наоборот. Чаще всего они начинаются со слов «а знаете ли вы, что...», после которых идет откровенная пропаганда того или иного товара, разворачивающаяся пред взором потенциального покупателя товар «во всей его красе» и описывающая его функциональные особенности в информативно-новостной форме. Реклама «любит» мимикрировать под новостное сообщение. Когда она связывается в единый комплекс с информационным сообщением, ее действие усиливается. Бесстрастный репортаж создает рекламе еще большую рекламу; если человек верит ему, он в силу инерционности мышления проявит доверительное отношение к рекламе. Это манипулятивная технология, которая выражает себя в простой спекуляции на реальной информативности. Государственно ангажированные СМИ под видом просвещенческих программ популяризируют правительственные проекты, куда вкладываются огромные средства. При этом те научные сферы, которые не интересуют власть, если не критикуются, то и не освещаются настолько широко.

В общем, в современной информационной реальности такие понятия, как новости, факты, истины, теряют свое первоначальное значение. Создаются политически ангажированные метарассказы, легитимация которых ставится под вопрос. Истин много, истиной может быть все, а значит, из этого обширного «всего» практически ничто не имеет привилегий на статус абсолютной истины. Истина, освобождаясь от абсолютности, обретает ситуативность и локальность, вследствие чего множится до невообразимого числа. Истины влияют на нашу субъективность, формируют мировоззрение и ценностные ориентации; по сути, не мир, не объективная реальность исчезают, а исчезает субъективность, утопая в океане альтернативных реальностей. Создаваемые теории соотносятся не с реальностью, а с нашим восприятием реальности. Вместе с тем они и формируют это восприятие — расколотое, расщепленное, плавающее, разбитое на части и одновременно уставшее от состояния этой расколотости. Эта медиареальность — нечто похожее на лабиринт Минотавра, и состояние потерянности человека говорит об отсутствии нити Ариадны, способной вывести уставшее сознание из медиамассивов разрастающейся текстуальности.

Парадоксально, но факт: прогресс информации приводит к снижению информированности. За счет увеличения количества информации падает качество, и рождается псевдоинформационный спам. Энтропия растет.

Литература

Агенты будущего или искусство перемен. Интервью с А. И. Фурсовым // Электронный информационный портал «Русский интеллектуальный клуб», URL: <http://rikmosgu.ru/publications/3559/4234/> (дата обращения: 30.06.2011).

Бард А., Зондерквист Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. 252 с.

Барт Р. Миф сегодня // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс; Универс, 1994. С. 72–130.

Батчиков С. А. Глобализация — управляемый хаос // Электронный информационный портал «Русский интеллектуальный клуб». URL: <http://rikmosgu.ru/publications/3559/4069/> (дата обращения: 30.06.2011).

Бодрийяр Ж. Пароли. От фрагмента к фрагменту / пер. с фр. Н. Суслова. Екатеринбург: У-Фактория, 2006. 200 с. (Сер. Академический бестселлер).

Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. М.: Добросвет, 2000а. 258 с.

Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000б. 387 с.

Бодрийяр Ж. Соблазн. М.: Ad Marginem, 2000с. 318 с.

Боллин К. Необъяснимый обвал зданий всемирного торгового центра и «черные технологии» // Электронный информационный портал «Русский интеллектуальный клуб», URL: <http://rikmosgu.ru/publications/3559/3738/> (дата обращения: 30.06.2011).

Борцов Н. А. Информационное насилие в условиях кризиса и нестабильности // Среднерусский вестник общественных наук. 2009. № 4. С. 75–79.

Бурмистров С. Л. Сарвепалли Радхакришнан, протагонист глобализации // Рабочие традиции по компаративистике. СПб., 2003. Вып. 8: Сравнительные исследования в политических и социальных науках. С. 96–104.

Декомб В. Тожественное и иное // Декомб В. Современная французская философия. М.: Весь Мир, 2000. С. 8–182.

Делез Ж. Фуко. М.: Гуманит. лит., 1998. 172 с.

Ильин А. Н. Корпорация власти: критический анализ // Электронный информационный портал «Русский интеллектуальный клуб». URL: <http://rikmosgu.ru/publications/3559/4137> (дата обращения: 30.06.2011).

Ильин А. Н. Политическая ангажированность масс-медиа // Автономное действие? URL: <https://avtonom.org/node/13083>, <https://avtonom.org/node/13319> (дата обращения: 30.06.2011).

Ильин А. Н. Политика и статус интеллектуала в современной России // Электронный информационный портал «Русский интеллектуальный клуб». URL: <http://www.rikmosgu.ru/publications/3559/4339/> (дата обращения: 30.06.2011).

Ильин А. Н. Угодные массы и бесчестность политической системы // Объективная газета, URL: <http://www.og.com.ua/filosof.php> (дата обращения: 30.06.2011).

Корытникова Н. В. Интернет-зависимость и депривация в результате виртуальных взаимодействий // Социс. 2010. № 6. С. 70–79.

Лиотар Ж. Ф. Состояние постмодерна / М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 1998. 160 с.

Моль А. Социодинамика культуры. М.: Прогресс, 1973. 408 с.

Овчинский В. С. Противостояние США, Китая и России в условиях глобального кризиса // Электронный информационный портал «Русский интеллектуальный клуб». URL: <http://rikmosgu.ru/publications/3559/4068/> (дата обращения: 30.06.2011).

Ортега-и-Гассет Х. Идеи и верования // Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды. М.: Весь Мир, 2000. С. 404–698.

Понукалина О. В. Развлечения в контексте современной массовой культуры // Вопросы культурологии. 2010. № 10. С. 84–87.

Фурсов А. И. Конспирология — веселая и строгая наука // Электронный информационный портал «Русский интеллектуальный клуб». URL: <http://rikmosgu.ru/publications/3559/4210/> (дата обращения: 30.06.2011).

Хоркхаймер М., Адорно Т. Эссе о Просвещении. Жюльетта или просвещение и мораль // Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения / пер. с нем. М. Кузнецова. М.: Медиум, 1997. С. 104–149.

Jean Baudrillard. Ecstasy of Communication // The Anti-Aesthetic. Essays on Postmodern Culture / ed. by H. Foster. Port Townsend: Bay Press, 1983. P. 126–133.

The myth of the discourse of news as a social reality

ALEXEY N. ILIN

PhD

Omsk State Pedagogical University, Omsk, Russia

e-mail: ilin1983@yandex.ru

In this article the author pays attention on such phenomenon of social reality as news. In modern information society news, facts, monumental truths lose their original meaning. They are substitute for politically ideologically booked metadescriptions and metanarrations, which legitimization are questioned. There lots of truths, but none of them has privileges to be absolute. The truths is builds subjective, its drowning in the ocean of the alternative realities. Information multivariation is more with our reality perception than with reality as such. At the same time it makes this perception — splited, drowning and tired of its state.

Keywords: information society, news, information, subject, mass communication media, myth.