

УДК: 81'33

И.А. Митрофанова

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский госуниверситет

**ПОЛИТИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ МЕДИАТИЗАЦИИ КУЛЬТУРЫ
В СОВРЕМЕННЫХ МАССМЕДИА**

В статье рассматривается характеризующий информационное общество процесс медиатизации культуры. Распространение массмедиа на сферу культуры приводит к идеологизации культурных событий, произведений искусства. Обеспечиваемый массмедиа политический дискурс ангажирует художников, их творчество.

Ключевые слова: медиакультура, медиастилистика, медиатизация, политический дискурс, поэтические смыслы, идеологизация.

I.A. Mitrofanova

Saint-Petersburg, Saint-Petersburg State University

**POLITICAL EFFECTS OF MEDIATIZATION OF CULTURE
IN MODERN MASSMEDIA**

The article deals with the current process of cultural mediatisation typical of information society. Projection of mass media onto the cultural sphere results in ideologization of cultural events, works of art. Political discourse provided by mass media engages cultural luminaries.

Keywords: media culture, media-stylistics, mediatization, political discourse, poetic meanings, ideologization.

doi 10.22250/WFDA.2020.16.22

В рамках сформировавшегося научного направления медиастилистики изучается процесс медиатизации всех сфер человеческой деятельности, в том числе и культуры. Исследователи определяют медиатизацию как «распространение влияния медиа на важнейшие области социальной жизни и обратный процесс вовлечения в информационную среду различных сторон общественной деятельности» [1, с. 49]. Медиатизация культуры подразумевает в качестве составляющих: транслирование посредством СМИ культурных феноменов (оперные, балетные спектакли по каналу «Культура»); рефлексии на произведения культуры в рецензиях, интервью и других медийных жанрах; наконец – произведения, создающиеся специально для СМИ (писательская публицистика для «Литературной газеты», написанный для журнала «Сноб» рассказ). Таким образом, медиатизация культуры – «это создание публичной зоны пересечения СМИ и культуры, в которой есть место и для медиакультуры, и для медиаверсии культуры, и для собственно культурных феноменов» [1, с. 50]. Положительные

эффекты данного процесса заключаются в «придании публичности важным для социума артефактам эзотеричной по своей сути культуры» [1, с. 51]: концерт исполнителя, вышедшая книга, премьера спектакля многократно анонсируются и комментируются, становятся объектом дискуссий в СМИ, в соцсетях – формируется медиaprостранство, в котором осуществляются механизмы освоения, сохранения произведения искусства, передачи культурной памяти в преемственном развитии национальной культуры.

Осмысляя «медийные эффекты» медиатизации культуры, Н.И. Клушина пишет: «В пространстве медиадискурса феномены культуры могут идеологизироваться (что в большей степени характерно для тоталитарных обществ)», под идеологизацией подразумевается ««приспосабливание» феноменов традиционной или элитарной культуры под политические нужды конкретного общества, конкретной эпохи. Произведения традиционной и элитарной культуры «обрастают» идеологическими смыслами, насильственно погружаются в идеологический контекст, политизируются и тиражируются СМИ, не столько приобщая массового адресата к качественным образцам культуры, сколько идеологически «заряжая» массовое сознание необходимыми политическими смыслами» [1, с. 52].

Политический дискурс активен в массмедиа, и, по всей видимости, именно он регулирует процесс медиатизации культуры. Примем во внимание, что политический медиадискурс, помимо предназначенных для воплощения политического контента медиатекстов, также «представлен текстами, рожденными вне сферы медиа: художественные фильмы; произведения художественной литературы; тексты собственно политического дискурса, опубликованные в СМИ; различного рода документы и др. Этот речевой материал является неотъемлемой частью медиадискурса, так как здесь он получает особое прочтение, включенное в определенный идеологический контекст» [2]. Интегрированное в политический дискурс произведение искусства функционирует «как орудие воздействия на общественное сознание, которое может быть использовано с разными целями» [2]. Актуализации злободневных политических идей в произведении, вовлеченном медиакультурой в сферу политического дискурса, способствуют упрощение, редукция смыслов, так называемая «массовизация» вплоть до искажения уникальных эстетических объектов.

Показательна история с исполнителем рэпа Хаски (Дмитрием Кузнецовым). В октябре-ноябре 2018 г. ряд общественных («Общее дело» и др.), в том числе родительских, организаций обратились в Роспотребнадзор, региональные министерства образования и культуры, другие официальные органы с требованием запретить концерты «деструктивных исполнителей», среди которых назывался данный автор. Концерты в Краснодаре, Волгограде, Ростове-на-Дону, Тольятти, Вологде и других городах были отменены. В результате в Краснодаре Хаски выступил перед слушателями на улице, что стало поводом к задержанию. Запрещение концертов, арест, судебное разбирательство имели мощный медийный резонанс: Интерфакс, РИА «Новости», телеканал «Россия 24», «Коммерсантъ», «Новая газета», «Медуза», «Свободная пресса», портал «Русская весна», другие СМИ многократно тиражировали информацию. Политики, чиновники высокого ранга, актеры, певцы, знатоки творчества Хаски, пользователи комментировали происходящее в социальных сетях. В течение полугода разворачивался медийный нарратив, создавший напряженную, главным образом политизированную атмосферу. В результате в общественном сознании формировался и закреплялся медийный образ Хаски, в котором доминировала идеологическая составляющая с противополож-

ными аксиологическими знаками («борец с режимом» – «экстремист»). На периферию общественного сознания ушло само творчество.

Симптоматично, что в предназначенных широкой аудитории медиатекстах произведения Хаски не цитировались, в то время как наличие цитатных компонентов могло бы отчасти компенсировать отсутствие в массмедиа полноценных, авторитетных художественно-критических высказываний. Так, в начале цепи событий «АиФ» (концепция издания рассчитана на так называемого «простого человека») опубликовали материал, вопросительный заголовок которого «Кто такой Хаски и чем он не нравится полиции?» подразумевал читательский запрос: читатель мог надеяться, что получит существенную информацию о данной творческой личности. Между тем текст начинался новостью, поданной в характерном для желтой прессы стиле: «В российском хип-хопе новый скандал» [3], – и эксплицировал внешнюю, социальную сторону жизни героя материала. В публикациях СМИ номинация «рэпер Хаски» фигурировала в контекстах, маркированных идеологической лексикой «экстремизм», «терроризм», «пропаганда нацизма». Медиатексты выражали противоположную, обусловленную адресатом – «прогрессивно мыслящая общественность» или защитники «общественной морали» – социальную оценочность, однако их объединяла исключительно социально-политическая модальность. В качестве наиболее экспрессивного высказывания многократно цитировалось оценочное суждение «призывы к каннибализму»: они были выявлены правоохранительными органами в «Поэме о Родине».

«Поэма о Родине» – произведение Хаски, в котором лирическое переживание укоренено в социальности. Узнаваемые образы нынешнего существования русских провинциальных моногородов («Небо подпирают новостройки-костыли / Всё та же черная девятка разрезает пустыри») дают фон для действительно трагедийной судьбы поколения («Другой мой братан сказал, что ему нечего выбирать / Уехав на войну – он уехал умирать»). Обездоленность проживается самим лирическим героем. В целостную образную картину вписан «поезд в никуда». Объемная, с подтекстовой глубиной метафоричность стихов «Мы выйдем как ровесники в вагоне-ресторане / За соседними столами нечаянные сотрапезники / Помнишь ты умерла и мы твое мясо ели / Что пахло как мумия, забытая в мавзолее» [4] не была прочитана массовым сознанием.

Специализированные музыкальные сайты (GREAT LYRICS TOP-5 и др.) и интернет-издания, авторские, в том числе писательские блоги (З. Прилепин) цитируют тексты произведений Хаски, приводят их анализ, интерпретации заинтересованным, ценящим его творчество адресантом (С. Константинов на портале «Русская весна» [5], А. Мирутенко – «Другая Россия» [6]).

Однако в целом современная медиакультура лишена востребованного социумом, легитимизированного в своем статусе института критики, имеющего современные механизмы формирования, поддержания в обществе необходимого уровня эстетического восприятия произведения искусства (студенты-филологи не знают имена современных литературных критиков, в жанре рецензии осведомлены исключительно о кинорецензиях). При системном кризисе преподавания литературы в школе, как минимум два поколения не имеют представления о том, что такое художественный образ, что представляет собой метафора и пр. Названным объясняется возможность процитированного выше по сути кощунственного прочтения, тиражировавшегося в массмедиа.

В массовой коммуникации уникальный творческий объект эксплуатируется как инфоповод, становящийся доводом в аргументации, преследующей каждый раз свои политические цели. В авторское художественное творчество вчитывается идеологизированная тенденциозность, которую Ю.К. Руденко определяет следующим образом: «специфически идеологизированная ангажированность искусства, его, так сказать, мировоззренчески пропагандистская предзаданность, которая <...> существенно отличается от просто тенденциозности, т. е. такого рода идейной активности художника в его творениях, которая <...> означает лишь не скрываемую им личную идейную субъективность, хотя бы и идеологически масштабную» [7, с. 236]. Творчество и личность творца ангажируются именно в медиакulturе, при этом не принимается в расчет волеизъявление художника, осознаваемая им заинтересованность в политической коммуникации.

По всей вероятности, основные контуры складывающейся медиакulturы, ее механизмы способствуют ускоренной политизации культурных феноменов. Следует учесть отмечаемые исследователями негативные последствия информационной эпохи: погруженность членов социума в массовую коммуникацию; информационный шум, препятствующий восприятию происходящих в реальности, в том числе и культурных событий в их целостности, причинной обусловленности; фрагментарное, редуцированное отражение подлинной жизни в медиакартине мира. Названные процессы порождают массмедийное/медийное сознание как «норму» информационной эпохи.

Понимая, что медиакultura суть «естественная среда не только для нашего прагматического бытия, но и для нашей духовной жизни» [1, с. 127], исследователи оговаривают необходимость гуманитаризации медиасреды, понимая под ней формирование «гуманистической концепции СМИ: осознание человеком возможности духовного бытия в информационную эпоху» [1, с. 127]. Медиакultura нуждается в компенсаторных механизмах, способных уравновесить неизбежные политические эффекты медиатизации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Клушина Н.И. Медиастилистика: монография. М.: ФЛИНТА, 2018. 184 с.
2. Коньков В.И. Лингвистические исследования политического медиадискурса // Медиалингвистика, 2018. Т. 5. № 2. С. 138-161. Режим доступа: <https://medialing.ru/lingvisticheskie-issledovaniya-politicheskogo-mediadiskursa/>
3. Карев И. «Проказа» не удалась. Кто такой Хаски и чем он не нравится полиции. Режим доступа: <https://aif.ru/culture/person/prokaza-ne-udalas-cto-takoy-haski-i-chem-on-ne-nravitsya-policii>.
4. Хаски. Поэма о Родине. Режим доступа: <https://genius.com/Husky-poem-about-motherland-lyrics>.
5. Константинов С. Почему прав рэпер Хаски и неправ публицист «Русской Весны». Режим доступа: <https://rusvesna.su/news/1543074135>.
6. Мирутенко А. Проказа. Режим доступа: <https://vk.com/@drugoross-prokaza>.
7. Руденко Ю.К. К вопросу о масштабах и формах идеологической тенденциозности в искусстве XX века // Руденко Ю.К. Художественная культура: Вопросы истории и теории. СПб.: Наука, 2006. С. 232-244.