

УНИВЕРСАЛИИ СОВРЕМЕННЫХ СМИ

UNIVERSALS OF MODERN MEDIA

УДК 070

DOI: 10.21209/1996-7853-2021-16-1-152-159

Виктор Александрович Сидоров,
Санкт-Петербургский государственный университет
(г. Санкт-Петербург, Россия),
e-mail: v.sidorov@spbu.ru,
<https://orcid.org/0000-0002-8819-6815>

Артефакты текучей медийности: новые основания символического господства

Актуальность статьи определяется качественными сдвигами в информационной среде общества, характеризующейся состоянием текучей медийности. Социальные и технологические перемены в интернете оказали решающее воздействие на восприятие медийной аудиторией артефактов культуры. Решающим и постоянно действующим фактором стало изменение функций аудитории, которая всё чаще выступает в роли актора информационных связей в социуме. В частности, происходит кардинальная перестановка действующих фигур в субъект-объектных отношениях в медийной пропаганде. В медийной среде линейное течение времени уступает хаотичному, нарушающему возможные причинно-следственные связи; ценности артефактов прошлого и настоящего перестают оказывать на аудиторию определённое пропагандистское воздействие, скорее, сами «облучаются» интенциями пропаганды со стороны аудитории. Таким образом, реализуемые в медийной среде практики символического господства обретают новые формы и новое социальное содержание. Эмпирической базой исследования стали результаты проведения фокус-групп, в которых сопоставлялось социально-философское значение кинофильмов разных эпох (1968, 2015) и разных стран (СССР, США), при этом в основу кинопроизведений были положены одни и те же события. Смысл актуальной проблемы предопределил обращение к трудам философов, политологов, социологов, теоретиков журналистики (З. Бауман, И. Гофман, С. Дудник, Д. Дубровский, С. Ильченко, Т. Эриксен и др.). В исследовании применялась методика проведения фокус-групп, дополненная выделением смысловых контрапунктов дискуссий, их группировкой и последующим внесением в контекст обсуждения с целью фиксации рефлексии респондентов на обобщающие выводы; проводился контент-анализ стенограмм фокус-групп. Материалы статьи могут быть интересны культурологам, политологам и теоретикам журналистики.

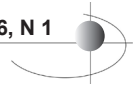
Ключевые слова: текучая медийность, медиатизация, артефакт, символическое господство, пропаганда, отражение

Viktor A. Sidorov,
St. Petersburg State University
(St. Petersburg, Russia),
e-mail: v.sidorov@spbu.ru,
<https://orcid.org/0000-0002-8819-6815>

Fluid Media Artifacts: New Foundations for Symbolic Dominance

The significance of the paper is predefined by the qualitative shifts in the information environment of society, characterized by the fluidity of the media. Social and technological changes in the Internet have had a crucial impact on the media audience's perception of cultural artefacts. A decisive and ongoing factor has been the change in the functions of the audience, which is increasingly being transformed into an actor of information relations in society. In particular, there is a radical rearrangement of the actors in the subject-object relationship in media propaganda. In the media environment, the linear flow of time gives way to a chaotic flow that violates possible cause-effect relations; the values of artefacts of the past and present "stop having a certain propaganda impact on the audience, rather they themselves are "irradiated" by the propaganda intensions of the audience. Thus, the practices of symbolic domination implemented in the media environment acquire new forms and new social content. The empirical basis of the research was the findings of focus groups comparing

© Сидоров В. А., 2021



the socio-philosophical meaning of movies from different eras (1968, 2015) and different countries (the USSR, the USA), with the same events as the basis of the movies. The meaning of the current problem predetermined the reference to the works of philosophers, political scientists, sociologists, theorists of journalism (Z. Bauman, I. Hoffman, S. Dudnik, D. Dubrovsky, S. Ilchenko, T. Eriksen, etc.). Methodology of focus groups, supplemented by the highlighting of semantic counterpoints of the discussions, their grouping and further inclusion in the context of the discussion to record the respondents' reflection on the generalizing conclusions was used; content analysis of the transcripts of focus groups was conducted. The materials of the paper may be of interest to culturologists, political scientists and theorists of journalism.

Keywords: fluidity of media, mediatization, artefact, propaganda, symbolic dominance, reflection

Введение. «Было бы опрометчиво отрицать или преуменьшать глубокие изменения условий человеческой жизни, связанные с наступлением «текучей современности», – утверждает философ, говоря о социальных аспектах «текучести» социального времени и пространства [1, с. 14]. Вслед высказанной идее выделим «текучую медийность» – новое качество информационного пространства – такое «цифровое» преобразование мира, когда действительное и медийное образуют причинно-следственную связь прямого и обратного прочтения.

Медийность – действия акторов информационного пространства и выражаемых ими событий – выступает в качестве форм состояния социума, в котором утвердилась «цифровая» вербализация общественных связей по вертикали и горизонтали – от взаимодействия власти и гражданского общества до контактов малых социальных групп и индивидов. Новое положение вещей утверждается по мере нарастания объёмов «цифровизации» управленческой и производственной деятельности человека. Представленность человека в социуме, трудовой процесс и его результаты в различных сферах производственной деятельности, артефакты культуры всё более закрепляются в электронной форме, тем самым приобретают качества медийности.

Социальная обстановка, сложившаяся в 2020 г. под воздействием пандемии коронавируса, вызвала к жизни все известные методы дистанционного взаимодействия людей в сферах управления, научного и промышленного производства, образования. Например, в социальных практиках проявилось и закрепились новая медийность информационных полей политики, культуры, массмедиа. Текучая современность обусловила активизацию её подобия в «цифровой среде» – текучей медийности, которую в настоящем можно сопоставить с подвижностью массмедиа, когда СМИ не только отражают те или иные перемены в действительности, но и непосредственно включаются в практики социальных изменений, т. е. становятся их акторами. Так, свой-

ственная современности высокая динамика социальных перемен отразилась и на характере медийных процессов, придав им повышенную подвижность.

Текучая медийность тем и отличается от привычных процессов информации, что в ней переменчивы не только формы донесения сообщений до аудитории, но и содержание. Известная практика отчуждения современной аудитории СМИ от больших журналистских форм (статья, очерк, обзор) в пользу резюмирующих сообщений свидетельствует о социальной подвижности индивидов и возникшем в аудитории дефиците времени. Плюс к тому, за практикой отчуждения скрывается «инфантилизм» аудитории – безразличие к подлинности предмета журналистского анализа. Недосказанность, неопределённость и полутона в тексте – знак медийного времени. «Потребность быть услышанным – составляющая для входа в онлайн-дискурс», полагает исследователь, а его собеседник уточняет: «Быть услышанным в сети – это настоящая борьба за “быть”, за существование в качестве коммуникативного субъекта в Интернете, что приводит к крайностям, потому что в Интернете присутствует практика обмена преувеличенными и сфабрикованными новостями» [14]. В текучей медийности все хотят быть услышанными, но мало кто кого слушает.

Практика фабрикации новостей в «цифровой среде» производна от «обмана как феномена коммуникации, ...и потому <обман> может рассматриваться прежде всего в рамках структуры и функций коммуникативных актов» [3, с. 26, 27, 29]. Но не является ли искажение реальности объективным свойством «цифровой среды»? Так, Лаура Аскон, резюмируя итоги анализа пропагандистских манипуляций в джихадистском дискурсе, утверждает, что «киберпространство считается одной из причин дегуманизации межличностных отношений» [12]. И поэтому «цифровая среда» уже не является нейтральным полем пропагандистских сражений. В ней день ото дня нарастает градус агрессивности противоборствующих сторон,

потому что «цифровизация общества делает отчуждение человека от своей сущности ещё более глубоким» [4, с. 17].

Компьютеризация и наличие сетей общедоступной коммуникации свели почти к минимальному уровню прежде выработанные фильтры в этой сфере, и сознание индивида оказалось один на один с информационными лавинами. Сегодня мало тех, кто в состоянии справиться с этой опасностью. Как результат «изменения медиатехнологий приводят к изменениям коммуникативных практик, и в конечном счете – к трансформации всего общества и культуры. Это один из ключевых тезисов теории медиатизации» [7, с. 10]. Для исследователей медийность символизирует расширение присутствия аудитории в информационном пространстве, и поэтому подчёркивается особое значение аффектаций в реакциях индивида на мир. В медийности «возник образ социального явления онлайн-ненависти, целой вселенной внешней враждебности...» [13].

Текущая современность породила текучую медийность современности и сама же оказалась под её агрессивным воздействием, и поэтому исследователи пишут о фейках в СМИ [5, с. 98] или постправде [9, с. 289]. Даже устоявшиеся нормы коммуникативного взаимодействия в социуме текущая медийность трансформирует в амбивалентные. Однако в условиях текучей медийности долг СМИ – соблюдать принцип равноправной подачи взаимоисключающих взглядов только внешне кажется исполнением императива демократии. Подлинность иная. Со стороны аудитории «коммуникационное изобилие» (Дж. Кин) обернулось его текучестью, когда ни автор текста, ни его читатель до конца не уверены в подлинности альтернативы. Если по экспоненте возросли объёмы массовой информации, многообразие источников и средств её передачи, то неизбежно изменилось состояние работы с этой информацией, т. е. дезинтегрированы фильтры, не допускавшие тиражирования фальшивых новостей и описание несуществующих событий, безнравственных и антиэстетических текстов.

Методология и методы исследования. В вершащихся на наших глазах процессах формирования медийной среды мы чаще всего усматриваем позитивное начало, позволяющее гражданину быть равновеликим в мире политики и культуры. Однако цифровизация медиа стала своеобразной питательной средой распространения ксенофобий в политике и культуре. И правы те,

кто определяют СМИ «грандиозным социальным механизмом, главным инструментом реализации символической власти» [10, с. 20]. Символическая власть – не столько доминирование определённой идеологии, сколько вирулентное распространение агрессий и фобий в каналах массовой коммуникации.

В новых медийных условиях символическая власть понимается шире, приобретает очертания символического господства. И если «символическая власть – это власть вынуждать видеть и верить, утверждать или изменять видение мира, а также и сам мир» [Там же, с. 21], то символическое господство надо понимать как агрегат управления эмоциями и соответствующими действиями людей, влекущими за собой трансформации в их мировоззрении. Символы власти и символы господства различаются между собой. И если первые по большей части совпадают с обозначением реальных атрибутов власти в политике, праве, то вторые ближе к абстракциям – образам надежд и страха, ценностям добра и зла, справедливости и несправедливости, истины и заблуждения. «Символическая борьба может протекать в различных сферах общества: СМИ, искусстве, архитектуре, литературе, музыке, даже в бытовой жизни» [Там же].

В медийной среде идёт непрекращающаяся борьба за право управлять сознанием людей. Следовательно, победа в ней должна выглядеть как однозначность ценностных интерпретаций событий и фактов действительности. Здесь обнаруживается замечательная двухступенчатость ценностных интерпретаций. Поскольку ценности главным образом функционируют в медийной среде, то сначала, на первой ступени, наиболее актуальные из них рассматриваются в пространствах литературы, зрелищных институтах культуры. На второй ступени для обработки смыслов «текучей современности» подключаются СМИ. И только после процесса двухступенчатой интерпретации действительности обновлённые ценности входят в сознание массовой аудитории.

Символическое господство закладывается на ступени образования ценностных ориентаций социума – новой книгой, нашумевшего спектакля, успешного проката кинофильма, т. е. через «создание символа как интеллектуального инструмента». Всё это сопровождается «непрерывной символической борьбой – “образа для себя” и “образа для других”,... происходит навязывание своего видения социального порядка» [6,



с. 123, 125]. В навязанном видении социального порядка происходит уравнивание самой подлинности, её отражения в медиасфере и медийного отражения отражений. Индивид за пределами личного жизненного пространства с подлинностью не встречается, поэтому создаваемый медиамир для него неоспоримо просторней, при этом воображение активно его достраивает. Следовательно, подлинность выступает в ипостаси отражения; человеку нужна сила, которая будучи отражением отражённого, позволит разглядеть правду жизни во всей её полноте.

Изучение медийности в настоящее время главным образом сопряжено с анализом разнообразия явлений медиатизации политики, культуры, повседневности (С. Володенков, Л. Землянова, Е. Козлова, М. Назаров, В. Примаков, Д. Шаронов, М. Дёз, А. Янсон, С. Гарвард, С. Ливингстон, В. Шульц и др.). В области теории медиатизации исследования ведутся с опорой на традиции изучения феномена медиатекста (Б. Гройс, А. Калмыков, М. Козак, Н. Кузьмина, Б. Мисонжников, С. Сметанина, Г. Солганик и др.). Понимание текучей медийности обусловлено контекстами функционирования информационного пространства. Постановка проблематики текучей медийности втягивает в орбиту анализа работы политологов, культурологов, философов (Б. Андерсон, Ж. Бодрийяр, Я. Волкова, С. Жижек, И. Касавин, Э. Кассирер, В. Коломиец, Н. Комарова, С. Лангер, Ю. Лотман, Г. Маркузе, А. Трахтенберг, Е. Шейгал, А. Уайтхед, М. Элиаде, М. Эпштейн и др.).

В нашем исследовании в качестве эмпирической базы были избраны фрагменты практик отечественного и американского кино. Выбор обусловлен участием автора статьи в международной научной конференции¹, на которой широко рассматривались изменения политических и художественных смыслов в киноискусстве, произошедшие по окончании холодной войны. Временной интервал между прошлым и настоящим позволил обратиться к поиску нелинейных смысловых сдвигов в содержании эпох. Каждая эпоха нашла своё медийное выражение в конкретных лентах мастеров кино, соответствующем восприятию кинолент аудиториями. Взаимосвязь прошлого и настоящего

не тождественна связям причины и следствия, т. к. в текучей медийности «причина и следствие, внутренний органический рост, созревание и опыт – все эти категории подвергаются мощному давлению». В новых условиях «наше восприятие времени уже не достаточно линейно» [11, с. 137].

В основу исследования положен анализ мнений будущих журналистов. Для этого были сформированы две фокус-группы из числа молодых людей 1998 и 2000 года рождения – второй курс магистратуры и последний курс бакалавриата соответственно. Студентам было предложено найти в интернете два фильма разных стран и эпох: «Мёртвый сезон» (Савва Кулиш, СССР, 1968) и «Шпионский мост» (Стивен Спилберг, США, 2015). Между лентами пролегли континенты, страны, годы – без малого полвека, а также, что важно, противоположные идеологии, цели, понимание человека и мира. Пожалуй, единственное, что сближает эти два произведения, – «волшебная сила искусства», талант исполнителей главных ролей, режиссёрское и операторское мастерство. Ещё одно сближение, но оно же – и разделение лент Саввы Кулиша и Стивена Спилберга, – документальная подоплёка сценарного материала: в кинокартинах обнаруживаются частичные совпадения сюжетных линий, персонажей и мотивировок их поступков.

Работа фокус-групп, в данном случае понимаемая, прежде всего, как групповая дискуссия, которая по мере усложнения её содержания дополняется новыми вводными задачами, проводится с учетом фрейм-анализа [2] и философского понимания рамки художественного произведения [8]. Проведение фокус-групп в настоящем исследовании модифицируется по этапам. На первом этапе результаты исследования рассматриваются в качестве данных анализа фильмов Саввы Кулиша и Стивена Спилберга. На втором этапе полученные данные, подвергнутые выделению смысловых контрапунктов дискуссии, их группировке и обобщению, сразу же вводятся в контекст обсуждения с целью фиксации рефлексий участников фокус-групп на выводы обобщающего абстрактного характера. Это значит, что первый объект исследования плавно заменяется на новый, которым становится современная молодёжная аудитория фильмов.

Результаты исследования и их об-суждение. Сначала перед студентами был поставлен вопрос о близости кинематографического материала к исторической прав-

¹ Образы американского и советского врага в кинематографе СССР и США периода холодной войны: материалы междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, 22–23 октября 2020 г.). – СПб.: СПбГГУ, 2020. – URL: http://www.kon-ferenc.ru/konferenc20_08_20_2.html (дата обращения: 30.11.2020). – Текст: электронный.

де. Безусловно, следовало учитывать, что ни сами события 50–60-х гг. прошлого столетия, ни их социально-политический или культурный контекст не могли быть познаны студентами в реальности, а стали известными из исторических и литературных источников. Тем не менее, готовясь к проведению фокус-групп, студенты не только посмотрели фильмы, но и подобрали в интернет-источниках соответствующие материалы – документальные, публицистические, искусствоведческие, исторические – о протипах персонажей фильмов, отдельных подробностях произошедших полвека назад драматических событий. Фильмы оказались/выглядели некими окнами на окружающий мир, хотя при этом понималось, что и мир за окнами, и сами окна сотворены создателями кинопроизведений¹.

«Фильм “Шпионский мост” ближе к реальным событиям, чем “Мёртвый сезон”, который в конечном счёте не понравился ни Рудольфу Абелю, ни Конону Молодому (легендарные советские разведчики, консультанты фильма С. Кулиша – В. С.). “Мёртвый сезон” – это попытка создать идеальный образ разведчика, который борется за мир, спасает всех, борется с врагом во имя безопасности всего мира, а Спилберг перед собой такую цель не ставил, он рассказывает историю маленького человека, он ближе к реальным фактам, у него нет потребности что-либо изменять и обобщать художественными средствами»*.

Странная вещь «медийность». Она стягивает в нашем сознании артефакты с дистанцией в полвека и отдаляет случившееся буквально вчера. Оказалось, что события «Мёртвый сезон», воссозданные в 1968 г., для нынешних студентов не менее подлинны, чем события «Шпионского моста», воскрешённые в 2015 г. Но вот парадокс: фильму Саввы Кулиша почти 50 лет, столько же лет его эстетике и риторике, и всё это должно было сделать его нынешних зрителей незаинтересованными в старой киноленте; Стивен Спилберг, кинорежиссёр настоящего времени, снимает свой фильм с картинками полувековой давности на языке современного кино, и подобный анахронизм должен был сделать продвинутого зрителя скептиком по отношению к достоверности отснятого американскими кинематографистами материала. Однако не случается ни то, ни другое – оба фильма интересны, каждому верят. Поэтому в фокус-группах две кино-

¹ Далее под звёздочкой (*) приводим мнения студентов.

ленты рассматривались в качестве естественной для сравнения пары.

С претендентами на роль главного положительного героя участники дискуссии долго не могли определиться, пока не решили отдать эти роли адвокату Донновану (лента Спилберга) и Савушкину (фильм Кулиша). Выбор Доннована в качестве положительного героя в пояснении не нуждается – всё же центральная фигура кинопроизведения Стивена Спилберга, сам режиссёр делает его таковым. Зато определение Савушкина как главного положительного героя киноленты Саввы Кулиша требует некоторого разъяснения.

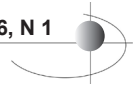
По сюжету «Мёртвого сезона», главный герой фильма – разведчик Ладейников, персонаж, безусловно, вызывающий симпатии и самые светлые чувства зрителей. Светлое начало несёт в себе и образ Савушкина – человека, силой случая вовлечённого в опасную ситуацию. Так уж случилось, что именно он стал олицетворением гражданского общества, отстаивающего свою суверенность перед лицом жестокой политической реальности: Савушкин (бывший узник немецкого концлагеря, в котором чуть было не стал жертвой «медицинских» опытов врача-нациста Хасса) после войны – артист детского театра, и он не хочет, чтобы его юные зрители вдруг оказались жертвами каких бы то ни было военных преступников, как в годы войны его друзья по несчастью.

«Хасс – олицетворение врага, мировое Зло, которое и после Второй мировой войны всё ещё живо»*.

«В “Мёртвом сезоне” не холодная война показана, а продолжение Великой Отечественной»*.

«В сцене из “Мёртвого сезона” пастор нарушает тайну исповеди, указывая советскому разведчику на Хасса. Тем самым авторы фильма через образ пастора переводят нацистского преступника в ранг метафизического Дьявола. И тогда оказывается, что идеологии разведчика и пастора, социалистического и капиталистического государств разные, но интересы у них общечеловеческие»*.

«Если в “Шпионском мосту” идеи гуманизма сосредоточены в фигуре адвоката Доннована, то в “Мёртвом сезоне” – в образе Савушкина, который сначала отказывается, потом соглашается на предложенную ему миссию, потому что не хочет повторения всего того, что случилось с жертвами Хасса в нацистском лагере смерти»*.



Полученный итог группового обсуждения был тут же возвращён собравшимся в виде абстрагированного утверждения о доминировании в сознании современной аудитории не стереотипов противостояния социальных систем и государств, а идеологии верховенства гражданского общества, когда прежние образы символического господства, так или иначе присутствующие в обсуждаемых фильмах, утрачивают свою силу. В результате внесённого утверждения произошла так называемая групповая нормализация смыслов, обычно предусматриваемая всеми процедурами проведения фокус-групп.

«В обсуждаемых фильмах образ врага – не конкретный человек, а некий конструкт – образ более широкий»*.

«В “Шпионском мосту” – не враги, а скорее оппоненты, и каждый герой становится оппонентом, и каждая страна таким оппонентом тоже становится»*.

«Есть США адвоката Доннована, и есть США фактические, которые начнут косо смотреть на того, кто вопреки, казалось бы, здравому смыслу отстаивает правосудие для несомненного врага»*.

«Если смотреть на фильмы сейчас, то вижу, как становится всё сильнее идея толерантности. Всё больше фильмов о Второй мировой войне, в которых пытаются понять немца не как преступника, а как человека, оказавшегося безвольным в руках тех, кто силой своего авторитета получил право им управлять»*.

«Мы, т. е. нынешняя аудитория, смотрим эти фильмы 1968 и 2015 годов выхода на большой экран, и чувствуем себя в положении “третьей силы”, которой не нужны ни прежние противостояние Советского Союза и США, ни современное – России и Америки. Именно поэтому нам ближе всего “человек от гражданского общества”, не важно, кто он – русский или американец»*.

Участники фокус-групп отметили в качестве несомненного факта такое состояние медийности, когда в интернете одновременно сосуществуют реалии разных эпох, и все они «одинаково доступны»: время уплотняется и теряет черты линейности; разрушается последовательность событий, что особенно стало заметным в мире культуры. Студенты, осознав себя аудиторией двух фильмов, сделали вывод, что в сложившейся ситуации сами стали частью текущей медийности.

«Фильмы, о которых мы сейчас говорим, какими были выпущены на экран, такими в

нашей медийной среде и останутся, зато их зрители всегда разные, и от того в кинолентах главное и второстепенное периодически меняются местами»*.

«Даже создатели этих фильмов не могли предположить, какое со временем актуальное содержание можно будет вынести из их произведений»*.

Авторы обсуждаемых в фокус-группах фильмов, конечно, были уверены в том, что снимают киноленты, несущие в себе актуальное идейно-политическое содержание. Как маститые художники они понимали, что ни одно творение в мире искусства не способно избежать объективно присущей произведениям искусства функции пропаганды. Но только сегодня, в связи с революционными переменами в медийной среде и её динамично обновляемым статусом в структуре социума, мы начинаем осознавать, что пропагандистские интенции искусства отныне разворачиваются в прежде непривычных направлениях. В медийном пространстве вслед за переменами в причинно-следственных связях трансформируются «субъект-объектные» отношения, тем самым внося радикального характера дополнения в теорию пропаганды. Ещё в недавнем прошлом практика любого содержания пропаганды означала воздействие актора (субъекта) на сознание тех или иных социальных сообществ (объект пропаганды). Это могло быть воздействие на все социальное сообщество или на лидеров мнений – не принципиально. Важно, что направление работы пропагандиста не могло поменяться на 180 градусов, отчего символическое господство в образах надежд и страхов, добра и зла всегда оставалось прерогативой акторов массмедиа.

Заключение. Медийная среда, частью которой мы все являемся, – сложно стратифицированная социальная структура, погружённая в пространство и время с особыми характеристиками. Прежде всего, отмечается нелинейность в интерпретации фактов и событий, особенно в сфере культуры: запечатлённый в медийной среде факт прошлого оказывается не менее современным, чем событие недавних дней; медийность меняет топологию времени.

Трансформации физических параметров медийной среды, во-первых, означают, что массовая аудитория медиа способна превращаться в субъекта информационных связей, т. е. в медийного актора; во-вторых, всеобщность медиатизации явлений и фактов мира стала означать, что медийность как её результат настолько глубоко проникла в

каждого из нас, что отныне человек воспринимается частью медийного пространства, понимаемого в качестве сложного отражения отражённого. Это в особой степени касается восприятия артефактов культуры, в которых, в свою очередь, также происходят перемены, влекущие за собой новое прочтение их функций, в частности связанных с практикой пропаганды: чем более погружён в интернет-среду читатель или зритель, тем уверенней находит в ней собственные побудительные интенции к личностному прочтению артефактов культуры.

В текучей медийности субъектом пропаганды становится аудитория, потому что в интернет-среде стихийно вырабатывается изменённое состояние отнесения к ценностям артефактов культуры, прошедших медиатизацию, с последующим обретением свойств медийности. Артефакты культуры отличаются неизменностью; контекст их

пребывания подвижен и зыбок; для их аудитории прошлое и настоящее как признак линейности времени не имеют значения; меняется лишь расположение фигур дисперсной аудитории (Г. Малецке), которая в условиях текучей медийности ищет и формирует новые смыслы, подобные её представлениям о действительности, и, в свою очередь, оказывает соответствующее влияние на общепринятую трактовку артефактов в социуме. Интенции медийной пропаганды переходят к аудитории.

Однако прямое и обратное прочтение направления пропагандистской деятельности тождественно противоречию идейно-политических практик, результатом чего становится аннигиляция трактовок пропагандистской функции культуры. Символическое господство искусства перестаёт быть приложением к пропаганде XX века, а снова становится властью идеи, властью культуры.

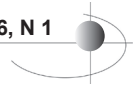
Список литературы

1. Бауман З. Текучая современность: пер. с англ. СПб.: Питер, 2008. 240 с.
2. Гофман И. Анализ фреймов. Эссе об организации повседневного опыта: пер. с англ. URL: https://www.royallib.com/read/gofman_irving/analiz_freymov_esse_ob_organizatsii_povsednevnogo_opita.html#0 (дата обращения: 04.01.2021). Текст электронный.
3. Дубровский Д. И. Обман. Философско-психологический анализ. М.: Канон+: РООИ «Реабилитация», 2010. 336 с.
4. Дудник С. Отчуждение в цифровом обществе // Вопросы философии. 2020. № 3. С. 17–20.
5. Ильченко С. Н. Фейк как политический формат в современной медиасреде // Гуманитарный вектор. 2015. № 3. С. 98–101.
6. Лукьянова Н. А. Символический капитал власти в технологиях конструирования национальной идентичности // Учёные записки Забайкальского государственного университета. 2013. № 4. С. 122–127.
7. Ним Е. Г. Исследуя медиатизацию общества: концепт медиатизированных миров // Социологический журнал. 2017. № 3. С. 8–25.
8. Ортега-и-Гассет Х. Размышления о рамке // Этюды об Испании: пер. с исп. Киев: Новый круг: Пор-Рояль, 1994. 320 с.
9. Тихонова С. В. Конкуренция науки и лженауки в эпоху постправды // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия «Философия. Психология. Педагогика». 2018. Вып. 3. С. 287–291.
10. Хлыстунов С. Символическая власть и СМИ: проблема идеологического доминирования // Власть. 2007. № 7. С. 20–24.
11. Эриксен Т. Х. Время в эпоху информации: пер. с норв. М.: Весь мир, 2003. 208 с.
12. Ascone Laura. La spontanéité des émotions mise à l'épreuve sur Internet: exprimer, susciter, manipuler. The Spontaneity of Emotions Challenged by the Internet: Expressing, Eliciting, Manipulating. Текст: электронный // Lublin studies in modern languages and literature. 2020. Vol. 44, No. 1. URL: <https://www.scilit.net/article/9ce3ddf4a59f915ecf8f9c80108cefd6> (дата обращения: 04.01.2021).
13. Koukoutsaki-Monnier A., Seoane A. Discours de haine sur l'internet. URL: <https://www.hal.archives-ouvertes.fr/hal-02153771> (дата обращения: 04.01.2021). Текст: электронный.
14. Shepherd T., Harvey A., Jordan T., Srauy S. and Miltner K. Histories of Hating. Текст: электронный // Social Media + Society. 2015. July-December. P. 1–10. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Histories-of-Hating-Shepherd-Harvey/0378df0d4feec466d5e869fd2a04872f356903f1> (дата обращения: 04.01.2021).

Статья поступила в редакцию 05.01.2021; принята к публикации 30.01.2021

Сведения об авторе

Сидоров Виктор Александрович, доктор философских наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет; 199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9; e-mail: v.sidorov@spbu.ru; <https://orcid.org/0000-0002-8819-6815>.



Источники финансирования статьи

Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РФФИ и АНО ЭИСИ № 20-011-31069 «Агрессии и фобии в медиаповедении сетевых сообществ».

Библиографическое описание статьи

Сидоров В. А. Артефакты текучей медийности: новые основания символического господства // Гуманитарный вектор. 2021. Т. 16, № 1. С. 152–159. DOI: 10.21209/1996-7853-2021-16-1-152-159.

References

1. Bauman, Z. Fluid modernity. Trans. from English. SPb: Peter, 2008. (In Rus.)
2. Gofman, I. Analysis of frames. Essays on Organizing Everyday Experiences. Trans. from English. Web. 04.01.2021. https://www.royallib.com/read/gofman_irving/analiz_freymov_esse_ob_organizatsii_povsednevnogo_opita.html#0 (In Rus.)
3. Dubrovsky, D. I. Philosophical and psychological analysis. M: "Canon +" ROOI "Rehabilitation", 2010. (In Rus)
4. Dudnik, S. Alienation in a digital society. Problems of Philosophy, no. 3, pp. 17–20, 2020. (In Rus.)
5. Il'chenko, S. N. Fake as a political format in the modern media environment. Humanitarian vector, no. 3, pp. 98–101, 2015. (In Rus)
6. Luk'yanova, N. A. Symbolic capital of power in the technologies of constructing national identity. Scholarly Notes of ZabGU, no. 4, pp. 122–127, 2013. (In Rus)
7. Nim, E. G. Investigating the mediatization of society: the concept of mediatized worlds. Sociological journal, no. 3, pp. 8–25, 2017. (In Rus.)
8. Ortega-y-Gasset, H. Reflections on the frame // H. Ortega y Gasset. Etudes about Spain / Trans. from Spanish. Kiev: New circle. Port-Royal, 1994. (In Rus)
9. Tikhonova, S. V. Competition between science and pseudoscience in the era of post-truth. Izvestia Saratovskogo Universiteta, no. 3, pp. 287–291, 2018. (In Rus.)
10. Khlystunov, S. Symbolic power and the media: the problem of ideological domination. Power. 2007.07. 20–24. (In Rus.)
11. Eriksen Thomas Hullan. Time in the Information Age. Trans. from norv. M: Publishing house "Ves mir", 2003. (In Rus)
12. Ascone Laura. La spontanéité des émotions mise à l'épreuve sur Internet: exprimer, susciter, manipuler. The Spontaneity of Emotions Challenged by the Internet: Expressing, Eliciting, Manipulating. Lublin studies in modern languages and literature, no. 1, 2020. Web. 04.01.2021. <https://www.scilit.net/article/9ce3ddf4a59f915ecf8f9c80108cefd6> (In French)
13. Koukoutsaki-Monnier, A., Seoane, A. Discours de haine sur l'internet. Hal. Archives-ouvertes. hal-02153771, version 1. Web. 04.01.2021. <https://www.hal.archives-ouvertes.fr/hal-02153771> (In French)
14. Shepherd, T., Harvey, A., Jordan, T., Srauy, S. and Miltner K. Histories of Hating. Social Media + Society. 2015, July-December: 1–10. Web. 04.01.2021. <https://www.semanticscholar.org/paper/Histories-of-Hating-Shepherd-Harvey/0378df0d4feec466d5e869fd2a04872f356903f1> (In French)

Received: January 5, 2021; accepted for publication January 30, 2021

Information about author

Sidorov Viktor A., Doctor of Philosophy, Professor, St. Petersburg State University; 7/9 Universitetskaya emb., St. Petersburg, 199034, Russia; e-mail: v.sidorov@spbu.ru; <https://orcid.org/0000-0002-8819-6815>.

Sources of article funding

The study was carried out with the financial support of a grant from the Russian Foundation for Basic Research and ANO EISI No. 20-011-31069/20 "Aggression and phobias in the media behavior of online communities".

Reference to the article

Sidorov V. A. Fluid Media Artifacts: New Foundations for Symbolic Dominance // Humanitarian Vector. 2021. Vol. 16, No. 1. PP. 152–159. DOI: 10.21209/1996-7853-2021-16-1-152-159.