

Ерофеева И. В.

**ТЕХНОЛОГИИ ПОСТМОДЕРНА В РОССИЙСКИХ СМИ: ЭФФЕКТЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ**

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/1/2008/6-1/28.html](http://www.gramota.net/materials/1/2008/6-1/28.html)

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

**Альманах современной науки и образования**

Тамбов: Грамота, 2008. № 6 (13): в 2-х ч. Ч. I. С. 80-82. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/1.html](http://www.gramota.net/editions/1.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/1/2008/6-1/](http://www.gramota.net/materials/1/2008/6-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [almanac@gramota.net](mailto:almanac@gramota.net)

## ОБРАЗ СТАРОСТИ С ФИЛОСОФСКОЙ ТОЧКИ ЗРЕНИЯ

*Дьяченко Л. И.*

*Казанский институт экономики, управления и права – филиал в г. Набережные Челны*

Появившиеся в последние годы философские исследования старости обращают внимание на её позитивные аспекты и оказываются в оппозиции к доминирующему в общественном сознании образу «жалкой», «слабоумной» старости. Личность человека по мере его старения изменяется, но старение протекает по-разному, в зависимости от ряда факторов, как биологических, так и социально-психологических.

Цицерон в своем трактате «О старости» писал: «Старики, скажут мне, ворчливы, беспокойны, раздражительны и трудны в общении, а если приглядеться к ним, то и скупы. Это недостатки характера, а не старости». Здоровый пожилой человек развивается, в соответствии со своими интересами, привязанностями и потребностями, широкий диапазон различных форм активности. Старость должна ощущаться человеком не как увядание, а как период жизни, дающий возможность для духовной, творческой реализации. «Счастье для стариков,- подчеркивал В.Гюго,- если в них остались любовь к науке, музыке, театру, вообще известная восприимчивость к внешнему миру. То, что человек имеет в себе, никогда ему так не пригодится, как в старости» [Елютина М.Э., Чеканов Э.Г. 2001: 151].

В то же время, принято считать, что данному возрасту априори должна соответствовать мудрость. В этой связи нельзя не упомянуть слова античного философа Демокрита: «Могут быть умные юноши и глупые старики. Ибо научает мыслить не время, но раннее воспитание и природа» [Елютина М.Э., Чеканов Э.Г. 2001: 150].

Процесс старения запрограммирован природой не только ради смены поколений, но и для создания максимально благоприятных условий по развитию способностей, опирающихся на богатый личный опыт человека. В науке имеется множество неоспоримых фактов, свидетельствующих, что творчество в любой сфере деятельности и в любом возрасте является своеобразным катализатором, продлевающим жизнедеятельность человека. «Можно утверждать, что средняя продолжительность талантов и одаренных выше, чем у обычных людей, чего нельзя сказать о гениях. Их путь требует слишком большого напряжения, интенсивности труда и риска» [Лебедев С.И. 2002: 102].

Когда люди отходят от профессиональной деятельности, то есть меняются их социальные роли, в том числе и семейные, происходит внутренняя переоценка ценностей, обращение к культуре, меняется самоощущение. На наш взгляд, настоящая старость – это период, когда в человеке вызревает философское отношение к жизни. Сознание человека с возрастом трансформируется, концентрируется на созерцании, «думаешь». По - видимому, в данном феномене трансформации скрывается один из приспособительных механизмов личности к меняющимся условиям жизни и находящимся в тесном сочетании с процессом уменьшения физических возможностей организма человека.

Почему один человек в старости становится обузой не только для общества, но и для своих близких, а другой, не смотря на свою дряхлость, морщины, выглядит образцом для подражания, прекрасным старцем? От чего зависит образ старости? Может быть права мудрость, что «человек стареет так и таким образом, как он жил в течение жизни и каким он был как личность»?

### *Список литературы*

**Елютина М. Э., Чеканов Э. Г.** Социальная геронтология. - Саратов, 2001. - С. 151.

**Лебедев С. И.** Возраст, смерть и бессмертие в аспекте творчества // Философия старости: геронтология: Сб. мат. конф. – СПб.: СПб. Филос. общ., 2002. - С. 102.

## ТЕХНОЛОГИИ ПОСТМОДЕРНА В РОССИЙСКИХ СМИ: ЭФФЕКТЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ

*Ерофеева И. В.*

*Забайкальский государственный гуманитарно-педагогический университет, г. Чита*

Современная массовая коммуникация существует в жестких условиях рынка, превративших продукт творчества в товар. Эффективная реализация медиа-текста возможна только при адекватной апелляции к актуальным потребностям аудитории. Один из вариантов успешного решения указанной проблемы – актив-

ное использование ресурсов постмодернизма. Постмодерн отражает преобладающую эстетику современной эпохи, он - специфический способ мировосприятия и мироощущения современного человека.

Обращение к универсальным факторам интереса – показатель профессионализма, что и пытаются интуитивно или осознанно реализовать в режиме постмодерного диалога работники массовой коммуникации. Диалог в алогичной практике постмодернизма – есть одновременное утверждение и отрицание. С одной стороны, современная интерактивная журналистика существует в обязательном формате имитации диалога: прямые эфиры, горячие линии, ток-шоу, медиа-игры, работа с письмами, создание прагматического текста (по принципу: вы спросили, мы вам посоветовали) и т.д.. С другой стороны, медиа-диалог принципиально ассиметричен: его активно транслирует коммуникатор, ориентируясь на корпоративные интересы и творческую самореализацию.

Диалоговая стратегия, как минимум, протекает в двух направлениях: апелляция к интеллекту и апелляция к чувствам аудитории. Первое направление работы требует немалых энергетических, технических и временных затрат. Поэтому в постмодерном дискурсе СМИ предпочтение отдается второму направлению в развитии диалога. При помощи новых медиа-средств стало возможным максимально активизировать человеческие чувства, перевести мировосприятие на язык знаков, превратив природу в культуру, в имманентную семиотическую систему (И. Хассан). В свою очередь, «сенсорная тактика» диалога обуславливает возрастание роли приема в обработке информации. Технология журналистского творчества сегодня, как никогда ранее, направлена на создание «эффекта присутствия»: воспринимающий должен чувствовать образную ткань текста. И выбор технического инструментария – «семантических деталей репортера» здесь не случаен.

Масса думает образами, порождающими друг друга ассоциативно (З. Фрейд). Она не утруждает себя попыткой выверить их соотношение с действительностью. Формируя и учитывая подобные особенности мыслительных операций массового человека, методология рекламы и журналистского текста, независимо от канала коммуникации, ориентирована на использование образов, символов или брендов. Сознание современного человека – шумное собрание брендустановок: «Тайд» - хороший порошок, «Нескафе» - великолепный кофе, господин Медведев – отменный политик, Березовский – плохой олигарх, «лица кавказской национальности» - террористы.

Работники массовой коммуникации стараются эмоционально воздействовать на аудиторию в русле «постмодернистской чувствительности». Современные СМИ отражают реальность по законам зрелища. Основную победу постмодернизм масс-медиа одержал в сфере «абсолютизации теории театра». Мир для художников постмодернистской культуры – грандиозный, впечатляющий спектакль, шоу. По мнению автора, конструирование российской гиперреальности осуществляется в рамках востребованной национальной философии, берущей свои истоки в смеховой культуре (Святки, Масленица). Масленица медиа-текста означает центробежную силу вольного языка, веселую относительность предметов, участие в диком беспорядке жизни, имманентность смеха и игры.

Игровые элементы пронизывают все аспекты журналистской деятельности: особенности личности журналиста (имидж), трансформацию факта в журналистском тексте, эффекты воздействия на массовое сознание.

Элементы грандиозного масленичного спектакля легко обнаруживают себя в логосфере современных СМИ, предпочитающих яркий демократичный, экспрессивный стиль изложения материала. В подобном лексическом обрамлении формулируются бессознательные, иррациональные возбудители аудиторного интереса. Нас пугают и развлекают «масками»: приведениями, экстрасенсами, домовыми, маньяками, людьми нетрадиционной сексуальной ориентации.

Виртуальное масленичное представление ориентировано в постмодернизме на духовно раскрепощенное (адогматическое) сознание. В принципе, для постмодернистов неприемлемо все то, что кажется им заколдованным и превратившимся в стереотип. В царстве Масленицы существует сокращенная истина, разграничение подлинного и ложного, правды и вымысла теряет свою четкость. Ценностями журналисты играют, используя при этом театральные приемы «перформанса» (перформанс – перекодировка, перемещение). Перформансная коммуникация – своеобразный смысловой генератор, процесс порождения смыслов, рассчитанный на неадекватную реакцию, интерес со стороны аудитории. Основная цель перформанса: снятие норм и табу. Политолог Сергей Кара-Мурза выделяет достаточно популярный прием, используемый журналистами, «представление сообщений в виде запретного плода, атака на табу и запреты ввиду отсутствия собственной оформленной идеологии» [3, с. 610].

Действительно, игра предполагает некую вседозволенность, она, по утверждению Й. Хейзинга – «есть свобода» [4, с. 20]. В современном тексте СМИ осуществляется глобальный эксперимент по переигрыванию традиционных ценностей. «Перемещаясь», ценности теряют свое истинное содержание, перформируются, изменяются. М. Бахтин писал: «игра – это мир-перевертыш, инобытие, где жизнь ... разыгрывает ... другую свободную (вольную) форму своего существования» [1, с. 263]. И тогда утвердившаяся в течение веков духовная система ценностей в России изменяется в пространстве СМИ «с точностью наоборот», по принципу: «дьявол – обезьяна Бога»: «не лги» заменено на «ложь во спасение», «не прелюбодействуй» - на «проституция - один из вынужденных, но неплохих путей дохода», «не воруй» - на благородное «отними деньги у купающихся в роскоши», «не убий» преобразуется в сомнительное «а почему бы и нет, если это спасет десятки тысяч других людей». И арифметика Раскольникова, развенчанная еще в 19 веке Ф. М. Достоевским, в

21-м оправдывает войны в Чечне, Югославии и Ираке. А темы проституции, гомосексуализма, наркомании и преступности становятся популярной медиатопикой.

И все-таки следует признать, что, несмотря на относительную нейтрализацию национальных смыслов, мы, в силу своей ментальности, благобно обречены фокусировать внимание в первую очередь на проблемах добра и зла (даже в таких ассиметричных телеформатах как «Школа злословия», «К барьеру!», «Битва экстрасенсов», «Русские сенсации» и др.). Духовные формы существования пронизывают всю историю жизни России. Понятия Добра и Зла, представления о том, что хорошо и что плохо, составляют жизненный кодекс российского человека. Видовая особенность отечественной классической журналистики, начиная с Ивана Пересветова и вплоть до четы советской прессы Аграновских, – публицистическое творчество, где глубокая саморефлексия осуществляется в бесконечных попытках ответить на важные, смыслопорождающие: кто мы? откуда пошли? что делать дальше? Моральная рефлексия – данность нашего интеллекта, черта, как мыслительных операций коммуникатора, так и механизмов восприятия медиа-текста потребителем. И она требует конгруэнтных способов самопредставления в журналистике. Попытка же синкретичного соединения этой данности с аморальной формой (например, в шоу «Дом-2») выглядит неуместно и этически некорректно (в указанном проекте это – подробная низовая аксиология постельных сцен под девизом «Построй свою любовь!»).

В информационную эпоху не текст задается реальностью, а тексты создают реальность. Ежедневное поглощение ассиметричной информации – трагические события, истории с нетипичными (маргинальными) персонажами и т.д. – вызывает психическую реакцию дистанцирования. Люди привыкают к Ненорме, она «принимается к сведению», попадает в ранг условных событий. Граница между реальным и символическим стирается. Симулякры заполняют жизненное пространство человека. Такие составляющие медиа-текста, как скорость подачи, многоуровневая суггестивность и др., способствуют интересу аудитории к информационному продукту, но это отнюдь не означает понимания полученного контекста. Картинки и ценности неосознанно потребляются. По утверждению М. А. Бережной: «Постоянная эмоциональная вовлеченность (без адекватной критики) может обернуться социальной апатией» [2, с. 33].

Нельзя также не учитывать тот факт, что человек воспринимает реальность в образах, которые выстраиваются в соответствии с системой ценностей. Вывод прост: изменяя семантику образов, структуру воображения, реально воздействовать на ценностную сферу человека. Можно изменить на некоторое время периферийные элементы массового сознания – потребительские желания аудитории, а можно медленно и тотально разрушать духовную почву в жизни народа.

И даже продемонстрированная в данной статье успешная переработка постмодернистских канонов ресурсами российского менталитета, увы, не делает проблему менее актуальной. Защитники глобализации в своих аргументах часто используют термин «глокализация», утверждая, что нет надобности беспокоиться относительно национальных интересов, так как мировые бренды – смыслы приспосабливаются к условиям, интересам и потребностям страны. Только качество информационного оружия определяется его базовыми принципами: мимикрией, в соответствии с которой информационное оружие повторяет по форме типичный элемент разрушаемой системы, но несет при этом иное содержание, и адаптацией. Она позволяет изменять среду в соответствии с требованиями вводимого содержания. Удачное приспособление чуждых смыслов – результат эффективного использования информационных технологий в рамках информационно-психологической войны.

#### *Список литературы*

1. **Бахтин М. М.** Эстетическое наследие и современность [Текст]: Монография. – Саранск: Издательство Мордовского университета, 1992. – 368 с.
2. **Бережная М. А.** Социальная тележурналистика [Текст]: Учеб-метод. пособие / М. А. Бережная. – СПб.: Роза мира, 2005. – 217 с.
3. **Кара-Мурза С.** Манипуляция сознанием [Текст]: Монография. – М.: Алгоритм, 2000. – 736 с.
4. **Хейзинг Й.** Homo Ludens (Человек играющий) [Текст]: Монография. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – 352 с.

## КУЛЬТУРА СВЕТА В ИСТОРИИ ХРАМОВОЙ АРХИТЕКТУРЫ

*Ефремова О. В.  
НОУ «Тольяттинская академия управления»*

Современный город – это море огней вечером и игра отражений в стеклах зданий днем. Интерьеры общественных зданий полны светильников, стеклянных панелей и светящихся экранов.

Такое изобилие света в современном городе и архитектуре определяется как возросшими техническими возможностями, так и новыми приемами работы архитекторов и дизайнеров. Данные приемы базируются на тысячелетней культуре использования света в архитектуре и это не трудно заметить, посмотрев на примеры творчества таких, например, современных архитекторов как японец Андо или испанец Калатрава.

Специально историей и теорией использования света в архитектуре еще занимались незаслуженно мало, а без этого понять суть и движение современной архитектуры и культуры в целом невозможно. Для выделе-