

## Современные медиа: «громоотвод» или «стимул»?

*Вышел из печати научный бестселлер профессора Георгия Почепцова*

Профессор Георгий Почепцов – один из самых известных на постсоветском пространстве политологов, теоретиков в области медиакультуры, коммуникации, семиотики, имиджелогии, информационных войн, медийных воздействий, автор многих монографий и сотен статей по данной тематике. Его новая книга «Мерлин, Супермен и Гарри Поттер: конструирование нематериального в массовой культуре» (2013), как всегда у данного автора, не только опирается на солидную базу проанализированных научных источников, но и содержит немало точных наблюдений и выводов.

В частности, Г.Г. Почепцов справедливо отмечает, что «сегодня мы все – и власть, и население – оказались в новой ситуации, где функционирует не только массовая коммуникация и массовая культура, к которым мы привыкли, но и массовая политика, к которой мы еще не привыкли, так как она не похожа на политику, изучаемую политологами. Особенности массовой политики таковы: внешнее преобладает над внутренним; повышается значимость эстетического имиджа политика; драматизм преобладает над объективностью, он может создаваться искусственно, как это происходит в массовой культуре; избиратель переходит от позиции зрителя к позиции участника (как это произошло во время «оранжевой революции»); играет роль не событие, а его сюжет» [Почепцов, 2013, с.28].

Отмеченная тенденция конвергенции, диффузии массовой медиакультуры и массовой политики проявляется, по мнению Г.Г. Почепцова, в типологии и имидже персонажей, сюжетов и структур [Почепцов, 2013, с.30]. К примеру, «агенты» и «менты» сегодня – не только герои патриотического телевидения. Они, представители государства, с оружием в руках выступают против несправедливости этого мира. Когда объектом их борьбы становятся также представители государства – прокуроры, полицейские и пр., - возникает тот тип борьбы, которого само государство часто избегает. Поэтому такая борьба в виртуальном пространстве представляет особый интерес для зрителя. Справедливость, которой нет в реальной жизни, обеспечивается с помощью кино» [Почепцов, 2013, с.213].

Этот герой-«громоотвод» ведет свой бой и побеждает «на микрополитическом уровне: он часто конфликтует с начальством; он принципиально некоррупцирован, хотя все рядом с ним погрязли в коррупции; именно с ним, а не с его начальством ассоциирует себя зритель; деятельность главного персонажа – в отличие от остальных – эффективна» [Почепцов, 2013, с.213].

Таким образом, медийные персонажи этого типа (как и персонажи бытовых «мыльных опер») выполняют функцию «отложенного протеста» [Почепцов, 2013, с.92], они становятся своего рода «народными мстителями», реализующими на экране сублимированные в обычной жизни

желания массовой аудитории «разобраться» с окружающим Злом, разоблачить и победить негодяев и подлецов, сделать Мир чище и лучше.

Собственно, именно поэтому магические Супермен, Гарри Поттер и Мерлин «стали для сегодняшних зрителей более реальными героями, чем герои настоящие» [Почепцов, 2013, с.27], так как им удается во много раз больше, чем «агентам» и «ментам». По сути, для них – в их виртуальном пространстве, созданном с помощью современных медийных технологий, нет ничего невозможного... Такого рода медийные модели, охватывая большую часть населения, «овладевают мыслями зрителей, и они начинают жить иной жизнью – далекой от проблем реальности» [Почепцов, 2013, с.92].

Однако переключение внимания аудитории от реальных проблем – лишь одна из сторон медийных воздействий. И Г.Г. Почепцов обоснованно утверждает, что «виртуальная реальность способна переосмысливать реальность, придавая ей новые смыслы. Именно на этом строятся революции. То, что вчера называлось нормой, сегодня перестает быть нормальным. Реальность пытаются трансформировать так, чтобы она отвечала виртуальности. Героем становится тот, кто предлагает для этого самые простые пути. И не имеет значения, что эти способы потом не сработают. Они должны быть привлекательными, а не работающими» [Почепцов, 2013, с.194].

Таким образом, современные медиатексты, как и в прежние времена, выполняют двойственные функции: сублимации и стимуляции. При этом «ни виртуальное пространство, ни информационное пространство не отражает реальность напрямую, они, скорее, дополняют друг друга. Например, информация в газете с помощью десяти или ста штрихов описывает событие, у которого миллион характеристик. Так можно создавать то, чего нет в реальности, а можно исключить то, что есть на самом деле» [Почепцов, 2013, с.28].

Данный тезис довольно легко доказать, сравнивая, например, текущие сообщения российской и западной прессы, телевидения: медийные трактовки одних и тех же событий порой полярны; «топовая» новость дня также может существенно отличаться. Здесь «медиа начинают играть самостоятельную роль. Медийный продукт начинает отвечать не этой точке времени и пространства, а иной. И тут возможны два выхода. Медийный продукт может толерантно относиться к политике и экономике, или, наоборот, заставит политический и экономический компонент общества социально трансформироваться» [Почепцов, 2013, с.205].

В этой связи интересны выводы Г.Г. Почепцова о том, что нередко «новая реальность возникает из новых объектов, которые изначально планировались для других целей. Можно привести такие примеры:

- книгопечатание создавалось для тиражирования Библии; в наше время содержание книг неограниченно;
- интернет создавался для передачи сигнала о ядерной атаке; в наше время его контент также неограничен,

- телепрограмма «Взгляд» создавалась, чтобы противостоять интересу аудитории к западным радиостанциям, а потом стала рупором «перестройки».

Таким образом, новые объекты разворачиваются в такую сторону, на какую не рассчитывали их конструкторы» [Почепцов, 2013, с.221].

Весьма любопытными кажутся и размышления Г.Г. Почепцова о таком продукте массовой культуре как комиксы, которые, как хорошо известно, весьма популярны на Западе, но на постсоветском пространстве (как и на предыдущем советском) занимают маргинальную нишу.

В советское время комиксам была отведена детская полка «Веселых картинок». Комиксы для взрослых считались вредным буржуазным продуктом. Взрослым советским людям надлежало читать серьезную литературу – текущую идеологизированную прессу, отфильтрованную классику и «правильную» современную литературу.

В постсоветском пространстве, лишенном жесткого идеологического давления, комиксы, конечно, можно печатать любыми тиражами. Но... поезд уже ушел: галактика Гутенберга, в рамках которой печатным комиксам жилось вольготно-весело, уступила место аудиовизуальным медиатекстам нового поколения, многие из которых успешно вобрали в себя «главные черты традиционных комиксов: линейность повествования, концентрацию только на ключевых ситуациях, полное отсутствие второстепенного и лишнего» [Почепцов, 2013, с.40].

Вот почему с падением интереса широкой публики к чтению на постсоветском пространстве популярны аудиовизуальные комиксы (те же экранизации «Супермена»), а не его печатные «оригиналы».

При этом, как и раньше, комиксный «дискурс сказок для взрослых накладывает ограничения на возможности персонажей: фиксированные характеристики героев: храбрый будет храбрым всегда, слабый – слабым, умный – умным; существует запрет переходов между позитивным и негативным мирами; тот, кто принадлежит одному не имеет права очутиться в другом; мир за пределами пространства героев остается неизменным, его константность тоже позволяет унифицировать текст» [Почепцов, 2013, с.220].

Все это роднит комиксы, сказки и мифологию. А медийный «миф входит в массовое сознание в три этапа: инсталляция, закрепление, тиражирование. Современные средства кино и ТВ предоставили для этого ранее невиданные возможности» [Почепцов, 2013, с.115].

Автор книги «Мерлин, Супермен и Гарри Поттер» обоснованно утверждает, что на смену прежнего «виртуально-идеологического комплекса (ВИК)» с его доминированием идеологии/религии сегодня пришло доминирование «виртуально-развлекательного комплекса (ВРК). Идеологические правила прошлого перестали руководить миром. Переход к охвату наибольшего числа людей за счет такого рода доминирования выглядит так: доминирование религий, доминирование идеологий, доминирование развлечений» [Почепцов, 2013, с.198].

При этом виртуально-развлекательный комплекс «базируется на децентрализации, так как главного «текста» не существует. Наоборот, стимулируется создание новых текстов. Негативным следствием этого становится введение новых, возможно, губительных моделей поведения и распространения» [Почепцов, 2013, с.199], так как развлечение давно уже перестало быть просто развлечением, а объединилось с обучением.

Что нас ждет в медийном мире дальше? Профессор Георгий Почепцов, известный также и как писатель-фантаст, не берется давать детальных прогнозов. Но в главном он убежден – роль и влияние медиакультуры в социуме будет неизбежно расти. И это еще раз, на наш взгляд, подчеркивает актуальность и необходимость медиаобразования аудитории любого возраста. Тем паче, что востребованность новой книги Г.Г. Почепцова уже доказана тысячами просмотров (от 18 до 25 тыс. посещений) ее отдельных глав на портале Mediasapiens (<http://osvita.mediasapiens.ua/material/19278>).

© Александр Федоров, 2013

#### *Литература*

Почепцов Г.Г. Мерлін, Супермен і Гаррі Поттер: конструювання нематеріального в масовій культурі. К.: Спадщина, 2103. 288 с.