Евгений Александрович Цуканов

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна

tsukanov\_1975@inbox.ru

**Статус массмедиа: обессмысливаю, следовательно, не существую**

Рассматривается смена онтологического статуса медиа и журналистики в современных условиях перехода к электронному обществу. Выявлено, что они постепенно становятся проводниками тенденции виртуализации сознания потребителей информации, обессмысливая пространство реальной действительности за счет продуцирования и трансляции мнимостей.

Ключевые слова: массмедиа, журналистика, виртуальная реальность, подлинность, симулякр.

Средства массовой информации в условиях доминирования электронных технологий постепенно отодвигают на задний план первичную реальность, данную нам в непосредственных ощущениях. Этот факт может кого-то радовать и обнадеживать, кого-то настораживать и удручать, однако острое противостояние двух миров – объективной действительности, с одной стороны, и знаково-символического хронотопа, с другой, ни у кого не вызывает сомнений. Результатом данной борьбы стало оформление пограничной (как бы «ничейной») территории, получившей название виртуальной реальности (с лат. virtualis – возможный). Мы в целом согласны с О.И. Елховой, что виртуальная реальность представляет собой «целостное единство субъективного и объективного, формируется как процессуальное взаимодействие между человеком и некоторой искусственно созданной техническими средствами внешней средой» [3: 210]. Добавим, что к этому причастны массмедиа и журналистика как специфические виды социокультурной практики. Медийщики и журналисты поддерживают определенный уровень информационно-коммуникативных потребностей в обществе, удовлетворение которых отбирает у аудитории все больше времени и сил.

Формируемая реальность требует применения к себе иного понятийного аппарата. Выскажем предположение, что реальность как таковая под натиском СМИ не просто сдает позиции, но исчезает, освобождая место для чего-то принципиально другого, наподобие Зазеркалья Алисы, в котором функционирует альтернативная каузальность и антидетерминизм. Собственно реальностью (от лат. rex – вещь) мы называем осознаваемую и (важно!) хорошо понимаемую действительность, состоящую из большой совокупности – системы – вещей. В свою очередь слово вещь происходит от глагола ведать (знать), тогда как масс-медиа в основном работают над культивацией мнений как приблизительных аналогов знания. Таким образом, это даже этимологически уже не реальность, а, скажем, мнимость, как своего рода «мир сбоку» (как дополнительное ответвление в ничто), в котором творятся стохастические явления в формате недоразумений. Яркий пример – репрезентация темы распространения коронавируса в СМИ в десятках противоречивых версий: то вирус передался людям от змей и летучих мышей, то он был разработкой секретных американских лабораторий, чтобы остановить прогресс в Поднебесной, то, наоборот, лаборатории были китайскими и вирус стал современной формой китайской стены, под прикрытием которой идет национализация частных иностранных кампаний-гигантов. На фоне всеобщей паники падают индексы на фондовых рынках и дешевеют углеводороды. Ну, а если вдруг через месяц окажется, что коронавирус был ничуть не более выдающимся инфекционным агентом, чем птичий грипп, массовый потребитель новостей примет к сведению и этот месседж.

В области информационной мнимости ликвидируется все более-менее осмысленное и упорядоченное. Здесь мы вынужденно адаптируемся к иллюзии как новой норме, привыкая к «плавающей» объективности, вычищая дискурс человеческих взаимоотношений от «репрессивной» однозначности истины. Это сравнимо с покрывалом забвения индуистской майи [4: 94–99]: циркулирующие сведения, перемешиваясь, аннигилируются, и их элементы, как верно подметил А. Дугин, «смысловым образом гасят друг друга, создавая причудливые десемантизированные ансамбли» [2: 274]. Трудно ответить, зачем и кому они нужны, к чему призывают, от чего предостерегают.

Массмедиа на самом деле размывают реальность нашего существования, становясь притягательным интерфейсом, распознаваемым как перманентное состояние зависания в трансе-трансфере, обрубающем онтологические связи с универсумом оригинальных вещей ради их размноженных копий-симулякров [1].

Таким образом, мы становимся очевидцами коренной трансформации статуса средств массовой информации: обессмысливая и опустошая реальность избыточностью данных, они превращаются из службы знаний и новостей в собственную противоположность – службу неведения.

Литература

Бодрийар Ж. Симулякры и симуляции. М., 2015.

Дугин А.Г. Постфилософия. Три парадигмы в истории мысли. М., 2009.

Елхова О.И. Фрактальность виртуальной реальности // Вестник Башкирского государственного университета. 2014. Т. 19. №1. С.210–214.

Цуканов Е.А., Цуканова И.В. Аристотелевское бытие в возможности как медиа-майя // Медиаисследования 2019. Барнаул, 2019. С.94–98.