

РАЗДЕЛ 2. ВЕРБАЛЬНАЯ И НЕВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

УДК 070

ПРОСТРАНСТВО И ВРЕМЯ В СОЦИОПОЛИТИЧЕСКОЙ ФЛЭШ-АНИМАЦИИ

А. И. Башук

В статье рассматриваются элементы мифологизации в формате флэш-анимации.

Ключевые слова: миф, время, пространство

У статті розглянуто елементи міфологізації у форматі флеш-анімації.

Ключові слова: міф, час, простір

The article deals with elements of mythologization in the flash-animation format

Key words: myth, time, space

Мифологизация выступает универсальным принципом человеческого мышления, которому свойственно структурировать мир, устанавливая в нем причинно-следственные связи. С развитием информационной сферы, в частности таких коммуникационных каналов, как телевидение и электровизуальные технологии, которые интегрируют различные виды информации – звуковую, словесную, визуальную, увеличивается роль иррационального фактора, участвующего в моделировании картины мира. В связи с этим можно говорить об изменении статуса виртуального мира, который начинает влиять на реально протекающие социально-политические процессы. Г. Почепцов, например, анализируя современные войны, справедливо отмечает, что мир вступил в период постмодерна, когда потеряны его организующие правила, все перемешалось [1]. Для информационного общества характерно стирание, размывание границ, что является определяющей чертой мифотворчества, основанного на комбинировании различных контекстов, – только материалом выступают не страницы искусства, а экран, глянецовые журналы и другие продукты масс-культуры.

Мифологическая нагрузка, которую несут различного рода тексты массовой коммуникации, помогает воспользоваться уже готовыми мыслительными клише, существующими в сознании людей, или же, наоборот, сформировать новые. Под текстом массовой коммуникации мы понимаем связанное соединение различных семиотических систем и кодов – как правило, вторичных, – которые апеллируют к социально значимым событиям и, соответственно, способствуют социализации зрителя, обладая огромным манипулятивным потенциалом.

Наиболее характерными областями мифотворчества для массового потребления являются сегодня рекламные и политические тексты, о чем свидетельствует высокий уровень их прецедентности: цитация и обыгрывание в так называемых юмористических проектах, которые, безусловно, также являются пропагандистскими. Интересна в этом плане компьютерная анимация, которая аккумулирует все культурное богатство смежных искусств, обладая, пожалуй, самым широким набором средств моделирования «невозможного». В аспекте нашего внимания – флэш-анимация, представляющая собой социально-политическую опосредованную коммуникацию. Подобные проекты можно рассматривать как специальные коммуникативные технологии, как правило, они функционируют в жанре иронической трагедии (например, «Семья Грищенко», PUTYANA, AntiPR, AntiToons). Хотя открытым остается вопрос: рассчитаны ли они сугубо на ироническое восприятие и обладает ли адресат достаточным порогом критического восприятия, способен ли он анализировать информацию. Упрощенный на современном этапе развития компьютерных технологий процесс создания флэш-мультсериалов, их популярность среди Интернет-пользователей в какой-то мере отражают инфантилизацию современной массовой культуры, не последнюю, а может, даже определяющую роль в которой сыграл технический прогресс. Указанные тенденции являются благодатной почвой для мифотворчества. (Например, сегодня мы наблюдаем тотальное увлечение героями волшебных сказок, как-то: «Гарри Поттер», «Властелин колец» (отметим, что данные произведения экранизированы в сериальной структуре, на волне их успеха появилась новая голливудская экранизация «Питера Пэна».)

Цель данной статьи – рассмотреть элементы мифологизации в формате флэш-анимации. Каждый текст определяется такими фундаментальными категориями культуры, как пространство и время. Их

взаимообусловленность получила развитие в широко известной теории М. Бахтина, который ввел в научный обиход понятие хронотопа. Особым фактором в явлении пространства–времени является представление о *границе*. Ю. Лотман справедливо отмечает: «Всякая культура начинается с разбиения мира на внутреннее («свое») пространство и внешнее («их»). <...> Граница может отделять живых от мертвых, оседлых от кочевых, город от степи, иметь государственный, социальный, национальный, конфессиональный или какой-либо иной характер» [2, с. 175]. Пространство, которое определяется как «наше», «свое», «культурное», «безопасное», «гармонически организованное», противостоит «их-пространству», «чужому», «враждебному», «опасному», «хаотическому». Но бинарное разбиение – это основной и простейший случай, в зависимости от движения границы «возникает как бы полифония пространства, игра разными типами его членения».

Отметим, что игра пространством в условном (мифологическом) мире флэша наблюдается на концептуальном уровне его организации: оно то сужается – например, до размеров отдельной украинской семьи («Семья Грищенко», www.7ya.org.ua), рекламного агентства (AntiPR, www.antimult.ru), то расширяется до масштабов Вселенной (Smoke kills – AntiToons001, www.antimult.ru, Talibam, www.talibam.com). В обоих случаях мы встречаем пространственную метафору, точнее – синекдоху. Подобное условное пространство достаточно эффективно воздействует на аудиторию, меняя характер причинно-следственных связей, упрощая ситуацию. Например, в Smoke kills представлен следующий причинно-следственный видеоряд: бросающий курить – курящие рабочие – телефонный разговор Путина и Клинтона – Клинтон и Моника – секс-скандал в газетах – самолеты таранят ВТЦ (трагедия происходит вследствие того, что пилоты «зачитываются» сенсационными новостями из жизни Белого дома) – тонущий «Титаник» – война на море – ядерная война между США, Россией, арабским миром; один из последних кадров – земной шар, на котором в разных местах вспыхивают взрывы-«грибки». То есть меняется изначальная причина трагедии – и лежит она в абсолютно иной плоскости – во вредной привычке курить. Согласно данному видеоряду, тезис «Курение убивает» представляется достаточно аргументированным.

В другом мультфильме – Talibam – отражается вечная борьба между добром и злом: Буш, что называется, занят собственным пиаром, пытается настигнуть бомбами быстро передвигающегося по планете и дразнящего его Бен Ладена; последний эпизод – земной шар, часть которого откалывается вместе с террористом №1 – утверждает, что уничтожить «невидимый», но вездесущий терроризм возможно только в случае уничтожения части Земли. То есть подчеркивается дуалистическая основа мироустройства, упрощенно разделенного на две мифологизированные общности: «свои» – «чужие». Но отметим, что стереотипы обладают двусторонней направленностью [3, с. 181]. Так, данный пример предлагает и ответ на вопрос, каким способом можно избавиться от «всемирного зла» – терроризма: «мы за ценой не постоим» – только ценой больших жертв. И этот вопрос, стоит ли уничтожить арабский мир, чтобы освободить планету от Зла, остается открытым.

Мифотворчество в формате флэша, основанное на смещении границ хронотопа, как правило, апеллирует к контекстам электровизуальной культуры, как-то: кино, телевидение, компьютерные игры. Особенно эффективно эти искусственные, виртуальные, миры внедряются в сознание подростков, что продемонстрировано на примере 12-летнего Вити, героя мультсериала «Семья Грищенко». Так, в критической для семьи ситуации он обращается со словами: «Мама, давай позвоним «Бригаде». Она замочит всех!» («Бригада» – популярный российский сериал о деятельности банды во главе с Сашей Беловым, который, несомненно, стал «героем нашего времени» в среде молодежи) (сер. 13 «Ошибка Prezidenta»). То есть для подростка виртуальные герои меняют свой статус и становятся не менее реальными. Не случайна описка Вити в школьном сочинении: «Основателі Києва – Кий, Шрек, Хорив» (Шрек – герой одноименного голливудского мультфильма). К тому же сами взрослые говорят о политической ситуации в стране с помощью лексики киномира, используя известные кинематографические контексты: Петр, глава семьи: «Всі політики – роботи. Володимир Литвин – справжній Вертер»; Нина Ивановна, мать Галины, на вопрос, понравился ли ей фильм «Матрица-3. Революция», отвечает: «Я вам кажу, точно, як виступленіє Вітренко: смисла ніякого – одні спецефекти» и т.п. (сер. 9 «Матрица-Перематрица»).

К перемещению не только в пространстве, но – в первую очередь – во времени апеллирует сер. 6 AntiPRa – «Холодное лето 2003-го», которая перекликается с фильмом, повествующим о послесталинской амнистии заключенных – «Холодное лето пятьдесят третьего», когда разбой и воровство, «понятия» зоны ворвались в мирную жизнь. Примечательны в этом контексте лозунги, встречающиеся Паше, сотруднику рекламного агентства, который путешествует во времени: «Смело, товарищи, в руку!», «Получи свое, товарищ!», а также друг за другом расположенные надписи на красных полотнах – «Даешь!» – «Беру!» – «На!». Данные лозунги представляют собой сатирическое обыгрывание речевых штампов советского периода, которые подчеркивали ритуально-идеологический характер тоталитарного дискурса. Образ Г.А.Зюганова, лидера Компартии России – единственной

оппозиционной партии, вошедшей в Госдуму, возникает в представлении Паши с вопросом, обращенным к нему: «Ты счастлив, мальчик?!» (здесь возможна апелляция к вечному процессу построения в рамках коммунистической идеологии «счастливого детства»), что приводит мультипликационного героя в ужас. Обратим внимание, что он путешествует **во сне**. Общеизвестно, что сновидения трактуются как проявления бессознательного человеческой психики, области мифологических значений. Так, исследователи языка кино-, телеискусства, признавая мифологичность семиотической системы кино и телевидения, обращают внимание на параллель между «языком экрана» и «языком мозга», на схожесть механизмов создания кинематографических образов и работы сознания во время сна [4, с. 9]. То есть в бессознательном пространстве Пашиного сна активизируются современные стереотипы о прошедшей коммунистической эпохе, и определяющая роль в процессе стереотипизации массового сознания, безусловно, принадлежит кино- и телеискусству, на что указывает название мультсериала.

Сфера бессознательного активизируется также во время клинической смерти, которая представляет собой пограничное состояние человека, балансирующего между двумя мирами – жизни и смерти. В одной из серий AntiPRa (сер. 11 «Автокатастрофа») Финна, директор рекламного агентства, попав в аварию, путешествует по загробному миру, который традиционно включает бинарное разбиение – Рай и Ад. Подчеркнем, что в образе черта, проводящего по принципу рекламных акций экскурсию для героини по Аду (например, он встречает ее словами: «Поздравляю! Вы наш 100-миллионный посетитель! Разрешите предложить вам путешествие по нашей корпорации»), легко узнается представитель поп-культуры Илья Лагутенко, или Мумий Тролль. Здесь также мы встречаем А. Макаревича, ведущего популярной телепередачи «Смак», только в данном случае его блюда состоят из человеческих частей тела. Создается на визуальном уровне концептуальная метафора: информационная сфера, в частности рекламная, теле- и поп-культура, «готовит» массового потребителя, который в силу собственных пороков оказывается беззащитным перед воздействием медиа. Оценочная функция этого явления заключается в отрицательных коннотациях Ада. Но обратим внимание на тесное соприкосновение противоположных по своей сути пространственных ассоциативов – Ада и Рая, а также безусловных выгод того, кто работает на корпорацию «медиа-Ада». Так, Паша, которого Финна встречает в «Дизайн-студии» креативного бюро Ада, отмечает: «Вообще-то меня в Рай отправили, но здесь мой дизайн больше ценится». Уборщица Финниного агентства, попавшая изначально в Рай, объясняет: «А я тут так – на полставочки». Таким образом, смешение миров (на уровне всех пространственных локусов, как-то: Ад – Рай, реальность – загробный мир), с одной стороны, является нормой, с другой – подчеркивает условность всего происходящего: ведь Финна в «реальности» мультипликации возвращается на землю ведьмой, сделав выбор между возможностью остаться в Аду или вернуться на землю в качестве его «агента» (напомним, она возглавляет рекламное агентство!).

К миру компьютерных игр обращается серия 15 «Семьи Грищенко» – «Свободу попугаю!», подчеркивая во многом виртуальный характер украинской политики: начальные кадры мультфильма визуальным и звуковым оформлением моделируют пространство реал-игры DOOM: видеоряд представляет бегущего попугая, в которого стреляют гонящиеся за ним на джипе персонажи бандитского типа. Пропажей попугая у «очень важной особы» всерьез обеспокоена Служба безопасности Украины – птица выкрикивает политические компроматы типа «Мороз поддержит политреформу», «Виктор, не зарывайся», «Виктор – президент», правда, не уточняется, какой из трех, и др. Подчеркнем, что в мифологической символике попугай – медиатор между человеческим и потусторонним миром, что основано на способности птицы имитировать речь человека [5, с. 288]. В данном случае он – посредник между реальной политикой и ее виртуализацией, основанной на применении разнообразных информационно-коммуникативных технологий. Птицы, к тому же, выступают как неперенный элемент ритуала – обязательного атрибута мифологической коммуникации; часто с их помощью изображают поединок, в котором птица – пернатый помощник бога, а змея – его противник. В контексте украинских политических событий допустима параллель мультипликационного попугая со скандально известными генералом Кравченко и майором Мельниченко, которые обнародовали материалы, компрометирующие действующую власть. Данная интерпретация вписывается в схему подобного поединка, где противоборствующие стороны представлены Президентом и его противниками. Символично, что место поединка – информационная сфера: создаются комиссии, проводятся бесчисленные экспертизы – таким образом возникает виртуальный плацдарм для реальной борьбы оппозиции и власти, что особо значимо накануне президентских выборов. Отметим, что, согласно мифологической традиции, говорящая птица – как, впрочем, и ее прототипы, которые находят западную поддержку – имеет «чудесных» помощников в лице персонажей, апеллирующих к реальным Северинсен и Вольвенд (легко узнаются даже визуально) – экспертам по Украине в ПАСЕ: они обеспечивают ей политическое убежище на Западе. (Известна их

негативная оценка политреформы, в частности конституционных изменений, принятых Верховной Радой 24 декабря 2003 г.)

Выводы. Таким образом, флэш-анимация, аккумулируя мифологический хронотоп массовой, главным образом электровизуальной, культуры, отражает воздействие информационного поля на потребителя медиа. В свою очередь, социополитическая мультипликация как специальная коммуникативная технология способствует виртуализации и без того символичной в современной картине мира действительности.

Литература:

1. Почепцов Г.Г. Постмодернистская война и ее особенности // Русский журнал. – 2001. – 5 дек. – Электронная версия.
2. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. – М.: Языки русской культуры, 1999.
3. Васильев А.Д. Культивирование иррационализма как компонент мифологизации общественного сознания. – С. 174-185.
4. Самусенко О.М. Міфопоетичні джерела сугестії в російських телевізійних текстах: Автореф.... канд. філол. наук. – К., 2004.
5. Тресиддер Дж. Словарь символов: Пер. с англ. С. Палько. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 1999.

Поступила 05.03.2004 г.

МЕСТО ЖУРНАЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ

В. В. Березенко

В статье рассматриваются вопросы, связанные с изучением информационных процессов, происходящих в современном обществе, определяются место и роль журнализма в системе информационных отношений. Возможность самостоятельного существования информации заставляет задуматься о колоссальной ответственности журнализма за созданный им информационный продукт, который попадает в информационные кладовые ноосферы.

Ключевые слова: информация, информационные процессы, журналистика, журнализм, информационное общество, ноосфера

В статті розглядаються питання, пов'язані з вивченням інформаційних процесів, які відбуваються у сучасному суспільстві, визначається місце і роль журналізму у системі інформаційних відношень. Можливість самостійного існування інформації примушує замислитися про колосальну відповідальність журналізму за створений ним інформаційний продукт, який попадає в інформаційні комори ноосфери.

Ключові слова: інформація, інформаційні процеси, журналістика, журналізм, інформаційне суспільство, ноосфера

In the essay the questions are connected with the study of informational processes, occurring in a modern society are considered, a place and role of the journalism in system of the information relations are determined. The opportunity of independent existence of the information forces makes us to think over the enormous responsibility of the journalism for the information product, created by it, which gets into the information pantries of the noosphere.

Key words: the information, information processes, journalistic, journalism, information society, noosphere

Всеобщность информации и потенциальная возможность получить доступ к ней суперважны, напрямую связаны с массовой коммуникацией, журнализмом, способами обмена, кодирования и перекодирования информации. В связи с этим настало время посмотреть и на журналистику как на феноменологическую систему, вписанную в современные информационные процессы, а также осмыслить место журнализма в этих процессах. В данной работе слово «журналистика» мы больше соотносим с термином «массовая коммуникация», «массовая информация», а слово «журнализм» – со специфической профессиональной деятельностью в этой сфере, с медиативно-информационной деятельностью, со всеобщими информационно-медиативными взаимодействиями в широких метаинформационных системах.

Изучению информационных процессов и самому понятию «информация» в науке уделяется много внимания, достаточно вспомнить работы таких известных ученых: Р.Ф. Абдеева «Философия информационной цивилизации», Д.И. Блюменау «Информация и информационный сервис»,