

## **ГРАНИЦЫ ЭСТЕТИЧЕСКОГО: ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРЕЦЕДЕНТЫ В РОССИЙСКОМ МЕДИЙНОМ И ПОЛИТИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ**

С культурологической точки зрения современное состояние России характеризуется как процесс вхождения в глобальный мир — в глобальное информационное общество на витке развития постиндустриальной цивилизации. Время-пространство культуры структурировано неоднородно, что создает принципиально мозаичный образ современного мира. Взгляд исследователя удерживает многообразие культурных миров: здесь и первобытная архаика дописьменных обществ, и религиозный традиционализм средневековья, и технологический универсализм лидеров цивилизационного развития. Идентичность этих обществ поддерживается социальными и политическими институтами, которые в большей или меньшей степени подвергаются трансформациям. В подобный процесс социокультурной самоидентификации включено российское общество. Оно с запаздыванием осваивает пятый информационный технологический уклад, с трудом справляясь с задачами экономической и политической модернизации, вследствие чего перевод высоких практик культуры (художественных, научных, религиозных и политических) в публичное пространство — пространство общественной коммуникации — драматически осложняется.

Оценивая этот универсальный процесс культурных трансформаций, затронувший без исключения всех субъектов современной истории, отметим, что информационное общество как некий общий социальный результат коммуникативной революции, совершившийся в рамках научно-технических достижений постиндустриальной цивилизации, идейного консенсуса по базовым основаниям социального и культурного бытия человека не имеет. Оно балансирует между культурой и варварством, гуманизмом и милитаризмом, агрессией и параличом политической воли. При этом современность удерживает в себе опыт национальных культур с присущими им мировоззренческими и ценностными установками. Можно говорить о проявлении контртенденции, сохраняющей разнообразие культурных практик, высоких и обыденных, в противовес активно распространяющемуся цивилизационному стандарту общества потребления. Стратегия унификации социальной и культурной жизни во имя прогресса парадоксальным образом запускает и процессы внутренней архаизации и варваризации обществ. Как представляется, современная художественная культура, которая активно осваивает новые коммуникативные каналы и информационные технологии, продолжает, как и прежде в истории, оставаться чутким барометром социальных и политических изменений на глубинном мировоззренческом и ценностном уровнях.



Очевиден тот факт, что пути развития художественной культуры России последних двух десятилетий крайне сложны. С одной стороны, в ней ясно различим стилистический разлом, обусловленный социальными потрясениями постсоветского периода. С другой стороны, прослеживается тенденция к освоению и наследованию базовой традиции, составившей неповторимый эстетический и духовный облик, прежде всего, русской культуры с ее запасом художественных достижений в ансамбле мировых культур. И если советская эпоха в своих вершинных проявлениях по отношению к великой русской классике стала новой классикой, развивая основной круг тем и сюжетов русской литературы, изобразительного искусства, театральные и музыкальные традиции, то с точки зрения исторической типологии художественной культуры России рубежный период XX — XXI вв. предстает как весьма противоречивый процесс. Культурные практики нередко противостоят друг другу в идейных платформах и метафизических интуициях, не только конкурируя, но и конфликтуя. Это демонстрирует, на наш взгляд, глубинную тенденцию формирования образа современности как *постнеоклассического этапа* развития культуры. Он характеризуется доминированием типа сознания, рефлексизирующего над всей прежней исторической традицией, включающей в себя не только собственно российский культурный архетип, но и иные культурные предания, от которых, впрочем, можно и совсем отказаться, исповедуя философию контркультурного эпатажа, деструктивного нигилизма, ценностного релятивизма, антиэстетического трэша, китча и т.п.

Учитывая специфический тренд современной культуры с ее тотальной эстетизацией реальности и доминированием визуального мышления, которые обнаруживают себя в философии политических имиджей, диктате модных стилей, активном внедрении элементов шоу-бизнеса в политическую и медийную среду, привычке мыслить «картинками», нас будет интересовать следующий вопрос. Возможно ли, опираясь на культурологический метод исследования, интерпретировать художественные события с точки зрения их взаимодействия с практиками политических, религиозных и научно-образовательных институтов, формирующихся в медийной среде, в первую очередь в телевизионной. Как нам представляется, в этой ситуации продуктивен и анализ тенденций развития культуры, и их прогностическое описание, в центре которого — взаимодействие дискурсивных практик массмедиа, политики, религии, искусства, литературы, конституирующих общественное пространство современной России.

Исследователи, занимающиеся социологией искусства, религии и политики, поставлены перед необходимостью изобретения интерпретационных моделей, описывающих трансформирующуюся социокультурную реальность. При этом приходится различать и удерживать в едином смысловом поле несколько тем.

Первая связана с определением культурных особенностей современности, с изучением происходящих изменений ментального плана культуры, ее мировоззренческих оснований, духовно-ценностного ядра, с рассмотрением

динамики социокультурного развития, ведущей к образованию новых форм социальной жизни, определяющим фактором которой становится новые коммуникативные практики.

Вторая, характеризует условия и способ бытования высоких культурных практик в контексте современности с точки зрения системно-структурных свойств культуры, функционирования информации и знания в обществе.

Третья тема формулируется в границах философии культуры и социальной антропологии, касаясь проблемы социализации личности в виртуальной реальности (киберпространстве), изменения структуры культуротворческой деятельности и типов межличностной и общественной коммуникации.

Четвертая тема, некоторым образом объединяющая все вышеуказанные, может быть сформулирована в качестве философского вопроса культурологии: каким образом духовный и социальный опыт человека современности должен способствовать созиданию культуры и общественному развитию? За ним следует и другой вопрос: может ли новый социальный коммуникатор современности — телевидение и Интернет — взять на себя *функцию медиатора и модератора общественного пространства, создав условия для самореализации субъектов социального творчества?* В нашем случае все эти вопросы рассматриваются применительно к анализу российской культурно-политической ситуации, к тем событиям-прецедентам, столкнувшим различных игроков — государство, общество, власть, церковь, конкретных политиков, творческих и общественных деятелей — на политическом поле современной России.

Любое событие, получившее освещение в массмедиа, либо меняет вектор исторического процесса, либо уходит на периферию и забывается, но каждое претендует на внимание общества. Сегодня роль посредника между индивидом и обществом, личностью и социальными институтами отведена массмедиа. Удачно проведенные медиа-кампании гарантируют интерес и спрос на данное событие, его конкурентноспособность на рынке медийных товаров и услуг. С выверенной социологической точностью мастера новой коммуникации обращаются к потенциальной аудитории, способной заинтересоваться продуктом и купить его для удовлетворения разного рода потребностей — экзистенциальных, политических, экономических, эстетических, знаково-символических и т.п. При этом каждый производитель медиапродукции работает в своей нише, рассчитывает на тот или иной тип восприятия и запросов аудитории.

По данной универсальной схеме, очерчивая границы общественно-политического поля, работают телевизионные каналы, превратившиеся в своеобразные фабрики производства массового сознания. Именно они в современной России создают *стандарт культурного потребления*, осуществляя через него функцию социального контроля, именно они выступают *идеологическим инструментом формирования «человека политического»*.



В плохо отлаженных отношениях между властью и обществом, перманентного изменения политической системы с целью сохранения своего неизменного правящего статуса элитными группами, российское телевидение превратилось в самостоятельную величину, опосредующую интересы доминантного меньшинства — властной элиты — и зависимого, обеспечивающего ее существование большинства. При освоении социокультурной укладности информационного общества, в отсутствии институтов, свойственных зрелым демократиям, в России произошла непрозрачная, гипетрофированная институализация массмедиа. Сначала они оказались под контролем олигархических групп, затем под контролем власти и правящей бюрократии, интересы которой срослись с интересами основных держателей акций корпоративного государства, которым сегодня по всем политологическим критериям, де факто, является Россия.

Приходится констатировать, что общество символического производства, бывшая советская страна в новых исторических условиях стала полигоном для апробации политических и иных технологий, использующих социально-коммуникативные каналы СМИ, их манипулятивные и симулятивные возможности в освещении реальных событий и процессов. Как отмечает в «Метамофозах власти» Э. Тоффлер, в информационном обществе власть знаний и информации становится решающей в управлении обществом, оттесняя на второй план влияние денег и принуждения<sup>1</sup>.

*Виртуализация* российского общества посредством телевизионных медиа происходит во всех сферах. В сфере экономики примером являются рекламные телевизионные пакеты, превращающие потребление товаров в потребление знаков этого товара. Как справедливо отмечают исследователи, «экономическая симуляция товара в рекламном послании начинает превалировать над его производством»<sup>2</sup>.

Но ярче всего процесс виртуализации заметен в конструировании политической реальности, что становится основной «производственной» темой отечественного телевидения. Политический дискурс достаточно жестко фильтруется, проходит селекцию на предмет лояльности к властной элите, идеологически накачивается и унифицируется в части тем и сюжетов. Вслед за Н. Луманом, оценивая роль российского ТВ в создании публичного политического пространства, мы можем сказать: «то, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы знаем благодаря массмедиа»<sup>3</sup>. Для большинства российского населения ТВ как источник информации практически безальтернативен. Медийный ресурс Интернет остается вторичной по значению системой информирования, либо вообще не используется для получения достоверной информации.

В условиях цензурируемой монополии на средства производства информации и на ее контент, российское общество попадает в тип зависимости, хорошо описанный П. Бурдьё. По мнению известного социолога, «последствия цензурной логики, которая фактически управляет доступом к выбору предлагаемых поли-

тических продуктов, усиливаются эффектом олигополитической логики, которая управляет их предложением. Монополия производства, предоставленная малому числу производственных объединений, в свою очередь контролируемых профессионалами (добавим, лояльными и зависящими от власти профессионалами — О.Ж.), принуждение, довлеющее над выбором потребителей, которые тем полнее подвержены безусловной преданности известным ярлыкам и безоговорочному делегированию своих прав представителям, чем более они лишены социальной компетентности в политике и инструментов (как тут не вспомнить историю с рабочими с «Уралвагонзавода»! — О.Ж.), необходимых для производства политических выступлений и акций, — все это делает рынок политики несомненно одним из наименее свободных рынков», — заключает Бурдые<sup>4</sup>.

Напрашивается неутешительный вывод, что право на свободный поток информации, право на коммуникацию, выражаемую, в том числе свободой слова, печати и информации в современной России существует в авторитарной модели контроля СМИ, мимикрировавшей из социалистической модели с ее государственно-партийным, идеологическим воздействием на СМИ. Отсечение ведущими каналами критически настроенных по отношению к существующему порядку спикеров, недопуск релевантных этим мнениям групп в пространство легитимной политики не дает реализоваться модели социальной ответственности, адекватной уровню развития современных медиа в странах демократической традиции.

Другая важнейшая сфера общественной жизни, искусство и в целом события, связанные с художественным процессом, на центральных каналах телевидения практически отсутствуют. Они помещены в нишевый канал «Культура», ориентируясь на запросы целевой аудитории с классическим набором эстетических и этических ценностей. Исключение составляет показ новых кино- и телефильмов центральными каналами, имеющими, по мнению телевизионного руководства, общественную значимость, или созданные по их заказу, примером чего может служить отмеченный премией «Ника» телесериал по книге В. Гроссмана «Жизнь и судьба».

На наш взгляд, тенденцией виртуализации отмечены такие проекты канала «Культура» в 2012 году, как «Вся Россия», «Большая опера» и «Большой балет». Грандиозное смотр-шоу народных коллективов и этнографических ансамблей «Вся Россия» при всем своем региональном охвате и красочности наводит на мысль о симуляции народного творчества. Данная культурная акция, увы, выглядит единичной попыткой наверстать упущенное. В болезненном для современной России вопросе национальной политики эти культурные «костыли» являются слабым средством и свидетельствуют, скорее, о неостребованности народно-музыкальной традиции среди широких кругов населения, его нечувствительности к эстетическому запасу национальных культур. Показательно, что всплеск интереса к фольклору был инспирирован не усилиями российских

культурных политехнологов, а общеевропейским успехом «Бурановских бабушек», как, своего рода, «прикол» или экзотический прецедент.

Что касается проектов «Большая опера» и «Большой балет», как и проекта «Битва хоров» на канале «Россия», то идея интерактивного шоу явно заимствована, и при всей интриге сюжета не оставляет впечатления прорывного инновационного предприятия, следуя по стопам «Танцев со звездами» и других подобных интерактивных «сериалов». Традиционным, но приятным исключением в этом списке остается международный телевизионный музыкальный конкурс «Щелкунчик».

Приходится признать, что государство сегодня не может расставить приоритеты и четко сформулировать основные направления культурной политики, репрезентантом чего является сетка и содержание передач государственных телевизионных каналов, которые то спорадически вспоминают о народном творчестве, то принимаются за популяризацию классического искусства. В этом государственном тренде находится и минимизация расходов на научно-образовательную и культурную сферы, в ситуации, когда средства щедро отпускаются на виртуальные проекты типа «Сколково» или зимнюю олимпиаду в субтропиках.

Часть интеллектуально-творческой элиты России поражена в своих правах, лишена выращенных ими научных институтов, часть подпала под «скромное обаяние» гламура, масскульта и экономической прагматики рынка кино, искусства и литературы. Потеря аудитории идет и в киноискусстве, и в музыкальной культуре, теряющей самый главный свой ресурс — грамотного слушателя. Продуманной политики, позволяющей использовать технологический и экономический потенциал страны в культурно-образовательных целях, нет, точнее, нет соединения воли и интересов общества, бизнеса и государства в интересах личности и общества.

Таким образом, с социологической и культурологической точки зрения, из трех основных функций телевизионных СМИ — информационной, призванной доносить до масс актуальную информацию, регулирующей, формирующей общественное сознание и стереотипы социальных действий, и культурологической, социализирующей и транслирующей высокие образцы мировой культуры, — реализуется, главным образом, регулирующая функция. Акцент переносится на социальный контроль, средствами исполнения выступают манипулирование и управление общественным сознанием через навязывание идеологических штампов, социальных стереотипов, пониженных образцов культуры гламура и потребления, мифологических конструктов истории и т.п. Как пишет исследователь, «используя идеальные цели как инструмент манипуляции, принуждающий общество к согласию на поддержание данного социального порядка, правящая элита гарантирует себе возможность использовать его членов для реализации собственных социальных мотивов. Системная манипу-

ляция прекращает работать только тогда, когда общество начинает понимать, что декларируемые идеальные цели не есть для него благо или что правящая элита не способна их достигать»<sup>5</sup>.

Складывается такая ситуация, при которой телевизионные медиа, «заливающие эфир» специфическим контентом, вместо того, чтобы выстраивать новый общественный дискурс, превращаются в агента статусных групп. В ситуации объявленной властью политической и экономической модернизации, они работают на архаизацию социальных отношений, приводя их к традиционалистской модели. Примечательно, что для подобных социокультурных и политических задач самым «естественным» и одновременно самым «культурным» материалом оказывается *история*. Телевидение активно включается в процесс *самообоснования* новой культурно-политической традиции. Оно создает такие комментаторские сюжеты (как например, «процесс», организованный А. Мамонтовым над «Пуси-райот») и транслирует такие «аргументированные» мнения, которые заслоняют суть дела.

Тем самым телевидение вписывается в социальную мифологию новой российской эпохи, будучи самым массовым каналом общественной коммуникации, самым демократичным в структуре потребления, социально направленным, востребованным временем, организующим культурное общение, предлагающим актуальный анализ современности и несущим определенную идеологическую нагрузку. Оно выполняет все функции, за исключением двух главных — *интеллектуальной рефлексии над тем, что говорится и показывается, и верификации того, что преподносится зрителю в качестве новостной, художественной, развлекательной или иной медийной продукции*.

На активное наступление современности телевидение отвечает языком «коллективного бессознательного», продолжая участвовать в сотворении нового-старого культурно-политического и эстетического мифа. Целостность этого мифа до некоторой степени удерживает общество от социального хаоса и распада, но удерживает его в старой социально-исторической матрице. Вся опасность заключается в том, что, конструируя настоящее, оно вместе со своими заказчиками-патронами не видит будущего, следовательно, лишает себя исторической перспективы.

<sup>1</sup> Тоффлер Э. Метамофозы власти. — М., 2002. С. 36-38, 402, 406.

<sup>2</sup> Трунов А.А., Черникова Е.И. Технологии «паблик релейшнз» в трансформирующейся цивилизации модерна. — СПб., Алетейя, 2007. С. 124.

<sup>3</sup> Луман Н. Реальность массмедиа. — М., 2005. С. 8.

<sup>4</sup> Бурдые П. Социология политики. — М., 1993. С. 185.

<sup>5</sup> Эйдман И. Прорыв в будущее. Социология Интернет-революции. — М., 2007. С. 203—204.

