

Секция «Журналистика»

Роль главного редактора в формировании виртуальной реальности

Шипилова Мария Владимировна

Аспирант

Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет журналистики,

Санкт-Петербург, Россия

E-mail: shipilova-86@yandex.ru

В последнее время существует тенденция расширительного понимания виртуальной реальности, отождествления ее со всей человеческой культурой и общественным сознанием. И непосредственным инструментом виртуализации физического и социального мира выступают средства массовой информации. Они предлагают уже готовый образ окружающего мира, который зачастую искажает реальную картину. Журналисты демонстрируют аудитории порядок вещей, не менее убедительный, чем реальность пребывания человека. Образы, формы, цвета, воплощенные на экране и глянцевых страницах изданий, создают иллюзию реальности, которую люди все меньше и меньше отличают от действительности. В результате изменяется внутренний мир человека, духовно-этические установки, в целом – тип мироотношения и миропонимания. «Происходит постепенное вытеснение из медиапространства человека как субъекта автономного действия и свободной воли, иначе говоря, как субъекта, способного нести за свои поступки, за свое поведение моральную ответственность» [5 :13].

Предметом притязаний индивидуализированных медиа является уже не только мысль, а все существо формирующегося человека. Возникает так называемое «общество спектакля». Его особенность заключается в том, что люди утрачивают способность к критическому анализу, теряют ощущение реальности, перестают понимать, где игра, а где настоящая жизнь. Общество спектакля состоит из пассивных наблюдателей, неспособных справиться с существующим потоком информации. Достигается это, по словам французского философа Ги Дебора, «посредством нескончаемой череды сообщений, которая идет по кругу от одной банальности к другой» [Цит. по: 1 : 269].

Однако специфика виртуальной реальности не сводится лишь к указанной роли СМИ. Виртуальные миры могут и соответствовать, и не соответствовать действительному миру. Они могут и не искажать действительность, а, напротив, служить средством более глубокого проникновения в нее с целью усовершенствования. Многие в данном случае зависят от характера общества. «Отдельные субъекты настолько тесно сживаются с виртуальной реальностью, что перестают отличать имитацию действительности от самой действительности. Но это не означает, что всю духовную и материальную жизнь людей, всю культурную среду нужно рассматривать в качестве виртуальной реальности» [2: 211].

Наступление информационной эры вовлекает в разряд актуальнейших проблему индивидуального самоизменения, понимаемого как преобразования внутреннего мира человека, так и различных схем его деятельности. Нарастает противоречие между виртуальным миром коммуникаций и между социальной природой людей в той ее части, где они выступают как свободные, самодетерминированные существа. К таким личностям можно отнести главных редакторов, руководителей медиа. Они выступают как «бунтовщики», по терминологии Б. Н. Попова, и антагонисты «обывателей».

Обыватели, под которыми подразумеваются общественные массы, обращены к самим себе. А речь, обращенную к себе самой, можно назвать «немой».

Бунтовщики, напротив, коммуникабельны. Их цель – изменить предметный мир. Однако мир сопротивляется. Редакторы-бунтовщики решают устранить его сопротивление, то есть устранить реальность и создать свою собственную. Они раскрывают события и сами представляют себя в качестве событий. Тиражируемая ими позиция – мир таков, каким ты его себе представляешь, каким ты его творишь. «В результате чего индивидуалистический прагматизм с установкой на «чудо», легкую удачу сегодня все активнее претендует на статус жизненной философии нашего времени» [5 : 179]. Одновременно с этим происходит «виртуализация» действий людей, подмена их эмпирического опыта опытом «представления», «созерцания» того, как переживается этот опыт на экране, на страницах изданий, что углубляет степень отчуждения и самоотчуждения человека. Медиа в лице главных редакторов и журналистов возводят созерцательность в жизненную позицию не только по отношению к окружающему миру, но и по отношению к себе самому. В итоге они, посредством имеющихся СМИ, производят в изобилии образы, которые не передают смысла. Огромное количество знаков теряет свое значение. Появляются знаки без обозначаемых, не знаки, а «фантики». Они мелькают перед глазами и, возможно, доставляют удовольствие, но не имеют смысла, не отражают действительность. Они ее симулируют [4 : 338].

Редакторы создают пустое существование Я, которое заполняется уже готовым знанием, созданным при помощи информационных технологий. Словесный текст начинает управлять процессами интерпретации. Такой текст напоминает ограничители, не позволяющие выскользнуть ни в зону сугубо индивидуальных значений, ни в зону значений, вызывающих неприятные ощущения. Ж.-Ф. Лиотар считает, что сама информация претерпела глубокие изменения, стала перформативна [4 : 345]. Информацию собирают, анализируют и создают лишь тогда, когда это востребовано и эффективно, помогает в осуществлении определенных целей. Подобное стремление руководителей медиа к перформативности вызывает снижение уровня, а то и отмирания видов знания, которые оказываются невостребованными и неэффективными.

Таким образом, можно поставить вопрос о том, в каком же действительно мире мы живем: объективном и реально существующем, созданном на основе нашего познания, или предложенном нам СМИ. Однако проблема заключается не в появлении новых каналов коммуникации и повышенной активности «старых», а в самой сути журналистики, имеющей дело с реальностями, определенным образом отобранными, освещенными и проинтерпретированными. Данные реальности передаются через символы, поэтому любая информация в той или иной степени виртуальна, способна существовать самостоятельно, вне субъекта. Одни реальности накладываются на другие, причем в разных ракурсах и интерпретациях, что характерно для нынешнего клипового информационного мира. Многомерность и совмещаемость разных информационных реальностей или виртуальностей современного журнализма может быть названа свойством коллажности, мультимедийности [3 : 68].

Существует опасность, что объем и скорость распространения информации приведут к возникновению обратной реакции. Человек в силу естественных причин начнет сопротивляться давлению, прессингу СМИ и постепенно освободится от роли объекта воздействия. Уже сегодня эффект манипулятивного однонаправленного действия,

который культивируют современное СМИ, заметно снижается. Люди выходят из состояния объектов, пассивно воспринимающих сигналы медиа, и переходят в состояние субъектности, стремясь активно участвовать в процессе медийной коммуникации.

Литература

1. 1. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием в России сегодня. М., 2001.
2. 2. Попов Б. Н. Другой в современной философии. М., 2001.
3. 3. Свитич Л. Г. Журнализм в системе глобальных информационно-креативных процессов. М., 2002.
4. 4. Узбстер Ф. Теории информационного общества. М., 2004.
5. 5. Шайхитдинова С. К. Информационное общество и «ситуация человека»: Эволюция феномена отчуждения. Казань, 2004.