Массовые коммуникации в эпоху метамодернизма

Костина Татьяна Вячеславовна,
студентка факультета
коммуникативного менеджмента,
Российский государственный социальный университет,
г. Москва

Аннотация: в данной статье раскрывается смысл понятия массовых коммуникаций, дается характеристика эпох постмодернизма и метамодернизма, сравниваются характеристики массовых коммуникаций этих эпох, делается вывод об основных чертах массовых коммуникаций современности.

Ключевые слова: массовые коммуникации, СМК, постмодернизм, метамодернизм, современность, культура, цифровая эпоха, digital, мем, ирония, постирония.

Трансформация общественной модели неизбежно приводит к метаморфозе различных форм коммуникации. Изменение социальных взаимодействий ощущается интуитивно на всех уровнях: от внутриличностных волнений до массовых тенденций. Последние представляет большой интерес и необходимость фиксации ввиду своей эфемерности. Эта необходимость реализуется сама собой: информация в цифровой среде имеет высокую вероятность сохраниться и распространиться. Возможности такой среды превосходят возможности восприятия — информации становится слишком много. Массовая коммуникация приобретает в таком контексте особую важность. Она представляет собой процесс производства, хранения и распространения всевозможной информации с заложенными в ней ценностями, рассчитанный на массовое восприятие.

Внедрение и распространение ценностей и установок, формирующих массовое сознание, ранее осуществлялось через такие средства массовой коммуникации, как радио и телевидение — электрические СМК, которые расширяют центральную нервную систему человека вовне, позволяют действительно ощутить феномен массовости. [1]

Имеет место и обратный процесс: массовые коммуникации подвержены влиянию изменений социально-политических реалий. [2] Нестабильность социокультурного ландшафта заметна и в изменении характера медиа.

Постмодернизм как культурное течение, появившееся в развитых странах Запада в конце 50-х гг. XX в., представлял собой многомерное теоретическое отражение духовного поворота в самосознании западной цивилизации вследствие перехода к постиндустриальной модели. Через осмысление всех проблем постмодернизма с необходимостью проходит идея преемственности культурного развития, трактуемая как весьма сложный процесс, прежде всего лишенный линейности. [3]

Современные социологи (Юрген Хабермас, Зигмунт Бауман) трактуют постмодернизм как итог политики и идеологии неоконсерватизма. Для него характерен эстетический эклектизм, фетишизация предметов потребления и другие отличительные черты постиндустриального общества.

Однонаправленность СМК характерна для эпохи постмодернизма, тогда как непрерывное взаимодействие адресата и адресанта заметно в эпоху digital.

Резкий скачок развития технологий, появление широкого доступа к сети Интернет в начале XXI способствовали разработке большого количества теорий, которые претендуют на то, чтобы

занять место парадигмы постмодернизма. Тот факт, что эти теории формируются достаточно короткое время, предполагает, что часть из них будет забыта либо опровергнута, либо уже неактуальна. В то же время вероятность того, что все они станут научным достоянием, повышается. [4]

Термин для описания нынешней модели состояния общества еще формируется, однако западные ученые уже предложили несколько вариантов: постпостмодернизм [5], дигимодернизм, [6] метамодернизм [7] и т.д.

Вторжение Интернета и новейших цифровых технологий в человеческую жизнь коренным образом изменяют и сознание, и деятельность человечества. На рубеже XX-XXI веков повсеместное вторжение новейших технологий изменило природу авторства, сущность читателя, сам текст, собственно взаимоотношения между ними, терминологию. Эпоха постмодернизма отмечена тенденцией к фетишизации автора. По мнению исследователя культуры Алана Кирби, современное общество фетишизирует реципиента (читателя, адресата) настолько, что он частично или даже полностью выполняет функцию автора. [8]

Подобную мысль излагал Умберто Эко: в схеме коммуникативного акта элемент обратной связи преобразован, шум не искажает сообщение, а дополняет его, делая адресата и инициатором обратной связи, и творцом нового сообщения. Актуализация текста невозможна без хотя бы абстрактного «адресата» — того, кто этот текст интерпретирует. [9] Собственно адресат, или интерпретатор, с течением времени начинает играть всю более важную роль в формировании не только коммуникативного пространства, но и культурного ландшафта.

Какова роль получателя сообщения и в чем же особенность массовых коммуникаций в эпоху метамодернизма? Этот термин выбран среди других, поскольку две приставки «пост» не отражают в действительности глобальных изменений общественной модели, а термин «дигимодернизм» показывает лишь одну из многих составляющих — его цифровую природу. Приставка «мета» кажется наиболее удачной с точки зрения характера современной коммуникации. Мета- (с греч. μετά- — между, после, через), часть сложных слов, обозначающая абстрагированность, обобщённость, промежуточность. Та самая «обобщенность» вторит принципу миметичности, который стал одним из наиболее актуальных в формировании современной коммуникации.

Роль автора теперь усиливается за счет тех самых «интерпретаторов», которые выступают ретрансляторами основного сообщения: так рождается «мем». Явление мема не ново — термин введен эволюционным биологом Ричардом Докинзом в 1976 году. Докинз определяет его как единицу культурной информации. Природа мема заключается в механизме репликации [10] — многократного повторения основной «темы» (с видоизменением и без) участниками коммуникации. Контент, формирующийся таким образом в цифровой среде представляет собой изображение или текст с единым «каркасом» — визуальным или синтаксическим — создающийся чаще всего с рекреативной целью.

Массовая реакция на подобный контент показывает возрастание важности роли интерактивности. Еще одна форма ныне активно использующегося контента — «коуб», «зацикленный» видеоролик, состоящий из оригинального видеоряда, на который накладывается порой совершенно диссонирующий звукоряд. Каждая новая интерпретация также соответствует принципу миметичности и раскрывает еще один аспект современной массовой коммуникации — иронический подтекст.

Одна из классификаций включает иронию как характерную черту постмодернизма. [11] Несмотря на то, что это явление находит свое отражение в контенте и по сей день, эпохе метамодернизма становится присуща склонность к постиронии. Намеренная многозначность

и размытость сообщения имеют под собой следующие обоснования в конексте коммуникации: современная ирония оказывается поверхностной и повсеместной, в то время как постирония претендует на интеллектуальность и в какой-то мере элитарность; вследствие употребления постиронии вскрывается так называемая «новая искренность» — в мире, где ценностная система находится на грани коллапса и традиционный способ их формирования утрачивает свою силу, единственный способ говорить о серьезных вещах — скрывать их под маской несерьезного.

Особенностью изменений, происходящих в эпоху метамодернизма, является изменение не только статуса и значения самого автора и читателя. В корне изменились характеристики контента: непродолжительный срок существования, небольшой объем, специфичность. Это связано с постоянно увеличивающимся общим объемом информации, нехваткой времени на ее переработку и отсутствием возможности постоянного хранения.

Таким образом, основными характеристиками массовых коммуникаций в эпоху метамодернизма являются:

· распространяемость преимущественно в цифровой среде

· миметичность

· интерактивность

· краткосрочность

· ироничность и постироничность

Список литературы

1. Kirby A. The Death of Postmodernism And Beyond // Philosophy Now. A magazine of ideas. — Issue 58. Now/Dec 2006.
2. Vermeulen T, van den Akker R. Notes on metamodernism // AESTHETICS & CULTURE, Vol. 2, 2010.
3. Дианова В.М. Постмодернизм как феномен культуры // Введение в культурологию: Курс лекций. / Под ред. Ю.Н. Солонина, Е.Г. Соколова Санкт-Петербург: 2003.
4. Докинз Ричард. Эгоистичный ген. — М.: Мир, 1993. — С. 318.
5. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / перевод с английского В. Г. Николаева. — М.: Гиперборея; Кучково поле, 2007.
6. Маньковская Н.Б. От модернизма к постпостмодернизму via постмодернизм // Коллаж. М., 1998.
7. Науменко Т.В. Массовая коммуникация и методы ее воздействия на аудиторию. // Философия и общество: Вып. 1. 2004.
8. Сравнительная таблица по Ихабу Хасану (англ.) русск.; перевод приводится (выборочно) по: Орлова Э. А. Культурная (социальная) антропология. — М.: Академический проект, 2004.
9. Тормахова А.Н. Искусство в теориях пост-постмодернизма. Studia Culturae: Вып. (27): ACADEMIA, 2015.
10. Эко У. Роль читателя: исследования по семиотике текста. М., 2005

Ссылки

1. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / перевод с английского В. Г. Николаева. — М.: Гиперборея; Кучково поле, 2007..
2. Науменко Т.В. МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ И МЕТОДЫ ЕЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АУДИТОРИЮ.
3. Дианова В.М. Постмодернизм как феномен культуры // Введение в культурологию: Курс

лекций. / Под ред. Ю.Н. Солонина, Е.Г. Соколова Санкт-Петербург: 2003. С.125-130.
4. А.Н. ТОРМАХОВА. ИСКУССТВО В ТЕОРИЯХ ПОСТ-ПОСТМОДЕРНИЗМА. Studia Culturae: Вып. 1 (27): ACADEMIA: С. 18-26
5. Маньковская Н.Б. От модернизма к постпостмодернизму via постмодернизм // Коллаж. М., 1998;
6. Kirby A. The Death of Postmodernism And Beyond // Philosophy Now. A magazine of ideas. — Issue 58. Now/Dec 2006 . — URL://philosophynow.org/issues/58/The_ Death_of_Postmodernism_And_Beyond (дата обращения: 26.11.2015).
7. Vermeulen T, van den Akker R. Notes on metamodernism // AESTHETICS & CULTURE, Vol. 2, 2010. — Режим доступа: //www.aestheticsandculture.net/index.php/jac/article/ view/5677/6306 (дата об- ращения: 26.11.2015).
8. Kirby A. The Death of Postmodernism And Beyond // Philosophy Now. A magazine of ideas. — Issue 58. Now/Dec 2006
9. Эко У. Роль читателя: исследования по семиотике текста. М., 2005
10. Докинз Ричард. Эгоистичный ген. — М.: Мир, 1993. — С. 318.
11. Сравнительная таблица по Ихабу Хасану (англ.) русск.; перевод приводится (выборочно) по: Орлова Э. А. Культурная (социальная) антропология. — М.: Академический проект, 2004. — С. 394–395.