

## РОЛЬ МЕДИА В ФОРМИРОВАНИИ АКТУАЛЬНОЙ КАРТИНЫ МИРА

*Е. Г. Варичева\**

Сегодня в информационных, постинформационных, гиперинформационных обществах роль дискурса трудно переоценить. Это связано, в первую очередь, с существующим разнообразием форм и содержания научного знания и сегодняшней роли СМИ в коммуникативном процессе.

Будучи частью современной действительности со всеми ее противоречиями СМИ в той или иной форме воспроизводят эту реальность, актуальную картину мира. Потоки информации, отражаемые в СМИ, состоят из множества противоречивых, часто взаимоисключающих друг друга сообщений и материалов.

Нельзя не согласиться со следующим положением: «То, что не попало в каналы массовой коммуникации, в наше время почти не оказывает влияния на развитие общества».<sup>1</sup>

Еще точнее высказался А. Моль в том смысле, что СМИ фактически контролируют всю культуру, пропуская ее через свои фильтры.<sup>2</sup>

В силу своих профессиональных качеств, знания и навыки представителей средств массовой информации должны перманентно развиваться, способствуя адекватному отражению реалий сегодняшнего дня, в том числе, состояния развития философской науки на современном этапе.

Для массы людей фундаментальные, «вечные» вопросы человеческого бытия — в каком мире я живу и кто я в этом мире — стали осмысливаться в XX веке в образах, создаваемых не искусством, не наукой и даже не религией, но в образах, создаваемых системой современных массовых информационных сетей, сначала на базе газет,

---

\*Варичева Елена Григорьевна, аспирант кафедры философии юридического факультета Одесского национального морского университета, заместитель начальника управления информации Одесского городского совета.

<sup>1</sup>Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. Оріяни, 2000. С. 148.

<sup>2</sup>Кара-Мурза С. Г. Цит. соч.

кино, радио и телевидения, а сейчас первенство в массовом репродуцировании постепенно переходит к глобальным компьютерным сетям. Так или иначе, в рамках массовой культуры СМИ отвечают фундаментальной человеческой потребности массы людей в осмыслении собственного бытия.<sup>3</sup>

Для того, чтобы помочь непосредственно представителям средств массовой информации разобраться в актуальной картине мира становится необходимым проведение встреч в виде «круглых столов» или обучающих тренингов-семинаров с участием ведущих философов, способных вести дискурсы не только в академическом формате, используя сугубо философские термины и парадигмы, но и в адаптированном, более упрощенном, понятном виде для представителей СМИ.

Нужно учитывать тот факт, что масс-медийные материалы рассчитаны на самые широкие слои населения, на разношерстную аудиторию с различным уровнем образования, интеллектуальным уровнем, личностными данными. Средства массовой информации, выступая в роли проводника в информационном обществе, отражают ту картину мира, которую могут осмыслить и понять сами, и соответственно воспроизвести ее. В конечном итоге, СМИ являются средствами создания общедоступной образно-смысловой среды существования огромных масс людей.

В частности, формат «круглых столов» можно считать публичным, открытым способом достижения консенсусных решений по дискурсивным проблемам, определения направлений развития общества, а также отражению актуальной картины мира, в создании и осмыслении которой участвует непосредственно философская наука.

Большое значение имеет, в данном случае, теоретические представления об актуальной картине мира. Предпочтения и намерения, имеющиеся у человека, действия, осуществляемые им в конкретных условиях социальной жизни, во многом зависят от особенностей формулировки и объяснения ситуации на понятийном уровне.

Если культура вообще есть созданная человеком, а не природой, до известной степени, искусственная среда, то образ мира, каким он предстает в СМИ, оказывается предельно искусственным.<sup>4</sup>

<sup>3</sup>Найдорф М. И. Культура и мистика СМИ. © М. И. Найдорф, 2002.

<sup>4</sup>Там же.

Между научным пониманием образа мира и его картиной, представленной СМИ, может существовать огромная пропасть, вызванная интерпретациями, субъективными причинами, посредниками, «шумами», личностными и отвлекающими моментами в коммуникативном ряду. Именно для того, чтобы избежать полной замены реального научного образа и не допустить максимально искривленной картины мира, необходимы дискурсы с непосредственным участием философов и представителей средств массовой информации. В таком формате журналисты могут задавать интересующие вопросы «напрямую» и получать ответы «в живую». Конечно, даже при проведении подобных мероприятий невозможно избежать субъективных комментариев представителей СМИ, но минимизировать погрешности, а зачастую и простое непонимание, вполне достижимо.

Опыт проведения таких дискурсов уже существует в Одессе (Украина). Автор статьи предлагает небольшой анализ нескольких подобных тренингов, а также предоставляет наиболее востребованные представителями СМИ темы.

«Роль средств массовой информации и манипуляция общественным сознанием: мифы и реальность», «Средства массовой информации и религия: вопросы взаимодействия», «Средства массовой информации и вопросы глобализации», «Средства массовой информации и культурное наследие», «Природа достоверности в СМИ», «Идея Европы: Европа как цель или Европа как ответ», «Перевод как интерпретация. Проблемы современного перевода в журналистике, художественной литературе и науке», «Новостийное сознание», — вот далеко неполный перечень уже проведенных в формате «круглых столов» и семинаров-тренингов встреч представителей СМИ и философов. Рассмотрение данных тем, дискурс, дает возможность СМИ не только отображать, но и принимать непосредственное участие в самом создании актуальной картины мира.

Особый резонанс получила первая из представленных тем. Манипуляция сознанием «в ее современном смысле, как программирование мнений и устремлений масс, их настроений и даже психического состояния с целью обеспечить такое их поведение, которое нужно тем, кто владеет средствами манипуляции»<sup>5</sup> — это ли не является одной из главных составляющих актуальной картины мира?

---

<sup>5</sup>Кара-Мурза С. Г. Цит. соч. С. 12.

Журналисты, побывавшие на данном тренинге, неоднократно ссылались на полученные здесь знания и навыки в своей дальнейшей практике, применяли их для написания статей и критического осмысления выступлений представителей других СМИ. В результате проведения семинара, наблюдалось (путем мониторинга соответствующих публикаций) адекватное отображение основных положений и выводов ведущего.

«Средства массовой информации и религия: вопросы взаимодействия» — данный дискурс дал возможность журналистам разобраться в современном развитии религиозных движений, а также в их влиянии на процессы, происходящие в обществе. Ни одна из религиозных организаций сегодня не обходится без помощи или без взаимодействия со СМИ. Рассмотрение этого взаимодействия и стало темой круглого стола: совпадают ли цели и задачи участников процесса этого взаимодействия?

Глобализация — одна из самых «раскрученных» тем, как в современной теоретической науке, так и в сообщениях СМИ. Тренинг «Средства массовой информации и вопросы глобализации» стал своеобразным ответом на вызов времени, а, значит, и способствовал анализу роли СМИ в создании актуальной картины мира.

Также основываясь на опыте, можно утверждать, что философы не всегда осознают, каким языком можно общаться с журналистами на подобных тренингах.

Можно привести тезисы одного из выступлений: «Идея Европы в произведении Эдмунда Гуссерля „Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология“. Математизация природы и забвение жизненного мира в философии и науке Нового времени. *Telos* (цель) европейской цивилизации. Рациональность как фундаментальная характеристика европейской культуры. Релевантность концепции Гуссерля для сегодняшних глобализационных и антиглобализационных процессов. Комплементарность интенциональной направленности на будущую цель и пространственной экспансии европейской цивилизации. Респонзивная феноменология Бернхарда Вальденфельса. Свое и Чужое как комплементарные понятия, опасность их субстантивации. Конституирование Своего в ответе на Чужое».<sup>6</sup>

<sup>6</sup>Філософія і соціологія в контексті сучасної культури. Збірник наукових пра-

Фактически, предоставленный ценный материал, дающий теоретические основы представления актуальной картины мира, остался не востребованным СМИ в силу сложности восприятия, был до конца непонятным журналистами и поэтому слабо отражен в публикациях и выступлениях без попыток какого-либо осмысления.

После рассмотрения темы «Перевод как интерпретация. Проблемы современного перевода в журналистике, художественной литературе и науке», в ряде телевизионных местных СМИ прошли репортажи, в которых был проведен опрос населения: «Сталкивались ли Вы с ошибками при переводе с русского на украинский язык своей фамилии, имени и пр.?» В данном случае, широкие теоретические знания трансформировались в узкую практическую плоскость, которая как раз и служит штрихом в картине мира, отраженной и интерпретированной СМИ. Эта практическая плоскость, в свою очередь, дает понимание действительной актуальности тех или иных вопросов, рассматриваемых во время вышеописанных «дискурсов».

Семинар «Средства массовой информации и культурное наследие» был воспринят многими журналистами, как встречу по поводу охраны памятников культурного наследия. О том, что культурное наследие подразумевает не только материальные исторические ценности, а целый комплекс духовных и нравственных, для представителей СМИ стало непредвиденным фактом. А, когда речь зашла о том, что СМИ не столько сохраняют это культурное наследие, сколько его разрушают, возникла продолжительная дискуссия.

Определенный интерес представителей СМИ вызвал семинар-тренинг «Новостийное сознание», где рассматривался данный феномен, исходя из исторических и культурных предпосылок. Вывод о новостийном сознании как о «способе восприятия действительности, для которого характерен примат современности и основным организующим началом которого является стремление к новизне», был понятен и отражен журналистской аудиторией.

«. . . Новостийное сознание делает человека современным, всецело принадлежащим настоящему и потоку текущих событий. Нам — людям, ангажированным новостийным сознанием — подобное положение кажется самоочевидным и даже единственно возможным. Но сугубая условность и искусственность новостийного сознания стано-

вится ясна, если сравнить его с двумя другими исторически доминировавшими типами сознания: традиционалистским сознанием эпохи античности и эсхатологическим сознанием эпохи средневековья» — подчеркивал ведущий тренинга С. В. Пролеев.

Конечно, представители академической науки не могут ставить целью своей деятельности быть доступными основной массе населения, скатываться на уровень языка «обыденной» философии. Для этого в роли «переводчика» и нужны средства массовой информации.

Достичь консенсуса, результата, удовлетворяющего как философов, так и представителей СМИ и, в свою очередь, широкую аудиторию — задача очень сложная, но решаемая путем проведения подобных дискурсов.

Здесь, на первый план, выступает понятие публичности философии, понимания необходимости этой публичности, как со стороны научных исследователей, философов, так и со стороны журналистов.

СМИ не сообщают новости, а под видом новостей воспроизводят крайне примитивный, сведенный к небольшому числу повторяющихся рубрик образ мира. Этот образ, навязывается постоянным массивированным информационным воздействием.

Так как СМИ повторяют одно и то же, как бесконечное заклинание, то для того, чтобы не продуцировать этим заклинанием глубоко искаженный, ложный образ действительности, иногда достаточно попытаться теоретически осмыслить в целом актуальную картину мира, а не вырывать отдельные фрагменты, определенные контексты, снабдив их не всегда аргументированным субъективным комментарием. Это является одной из задач проведения дискурсов с участием философов.

Нужно признать, что преобладающая часть новостей рукотворны, они являются следствием не естественной динамики событий, а результатом работы информационной индустрии. Ими производится постоянно длящееся всеобъемлющее заклинание, продуктом которого является заданный образ мира и соответствующая этому миру личность.

СМИ и сами пленники определенного образа мира, и одновременно навязывают его массе людей, превращая этот образ в массовое сознание. И, в конце концов — в тот мир, в котором мы живем.

Поэтому при проведении дискурсов с участием СМИ важно учитывать степень достоверности отражения в СМИ той актуальной картины мира, которая представлена в выступлениях философов-ведущих. В частности, тренинг «Природа достоверности в СМИ» как раз приводил к выводу о невозможности полной объективной, а значит, достоверной информации.

Тем не менее, как показывает опыт проведения подобных дискурсов, СМИ крайне необходимо иметь теоретические представления об актуальной картине мира для попытки создания более адекватного образа.