

УДК 070

Буряк В.Д.

**ІНФОРМАЦІЙНИЙ КАЙФ ЧИ СВИТОГЛЯДНО-ІНФОРМАЦІЙНА КАТАСТРОФА?
(ФІЛОСОФІЯ ЖАНРОВИТВОРЕННЯ У КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ)***Буряк В.Д. Информационный кайф или мировоззренческая информационная катастрофа (Философия жанрообразования в контексте информационного влияния)**В статье идет речь о жанрообразовании современного публицистического сознания в контексте информационного влияния. Выделяются составные информационного зомбирования (мифологизации). Делается попытка определения составляющей современного телевизионного жанрообразования.**Ключевые слова: архетипная информация, мифологическое зомбирование, виртуальность информации, жанровая парадигма, жанровое форматирование, информационная матрица**Буряк В.Д. Інформаційний кайф чи світоглядно-інформаційна катастрофа? (Філософія жанровитворення у контексті інформаційного впливу)**У статті мовиться про жанрове формування сучасної публіцистичної свідомості у контексті інформаційного впливу. Зокрема, окреслюються складові інформаційного зомбування (міфологізації). Робиться спроба пояснення, виявлення складової сьогоденішнього телевізійного жанровитворення.**Ключові слова: архетипна інформація, міфологічне зомбування, віртуальність інформації, жанрова парадигма, жанрове формування, інформаційна матриця**Buryak V.D. Philosophy of genre-making in the context of informational influence**The article deals with the ways of genre-making in present journalistic consciousness in the context of information influence. Some ways of mass media influence are described here, among them - zombiing (creating myths). The author also made an attempt to determine a component of present-day TV genre-making.**Key words: archetype information, mythological zombiing, virtualization of information, genre paradigm, genre forming, information matrix*

Спочатку мовимо про інформаційний кайф. Він передбачає наявність повної гармонії душі і тіла. Себто інформація, що йде до нашого серця, гармонійно “лягає” на наші уподобання, і це досягнення ідеалу свідомісного сприйняття. Тобто ми цього прагли.

З приводу світоглядно-інформаційної катастрофи. Це коли світоглядна система переходить в інформаційний хаос, це десистемність, що несе за собою розвал традиційних унормованих форм, коли соціально-інформаційне поле втрачає критерії самоорганізації. Тобто інформаційний і свідомісний хаос. Інтелектуальне життя Землі закінчується...

Актуальність проблеми полягає у значенні ЗМІ у формуванні світоглядної парадигми людини, зокрема у тому, що ЗМІ стають “свідомісними очима” отримувача інформації.

“Свідомісні очі”, на жаль, не завжди реальні, часто міфологізовані саме завдяки ЗМІ і це серйозна обставина - фактична дезінформація споживача інформаційного поля. Ще одна риса негативного впливу інформації - створення віртуальної матриці свідомості, введення її в постійний стан “реаліті-шоу”.

Якого плану ця інформація, який рівень її свідомісного впливу? Як відбувається “інформаційно-свідомісна” перекомутація отримувача інформації? Що таке освітньо-свідомісна інформаційна парадигма? Це сукупність інформації як системи, скерованої на вироблення (створення) освітнього рівня свідомості (освітніх концепцій буття).

Аудиторія завжди чекає інформацію - інтелектуальний допінг буття. Сама аудиторія, як система сприйняття, формується шляхом соціального замовлення (штамп, символ, стереотип, образний архетип). Все це об'єднується під назвою “необхідна істина” як терміново затребуваний варіант абсолютної істини. Але для сучасної журналістики факт “працює” у контексті віртуального дискурсу. Це лише привід для мовленевого чи виражально-зображального акту. Насправді віртуальне поле свідомості казкове, міфологічне. Ми стаємо героями інформаційно-свідомісного вертепу, що розігрується журналістами і сприймачами інформації.

Теза “четверта влада” - це метафоризаційне перебільшення, бо ЗМІ це лише змога отримувача інформації за їх допомогою впливати на суспільні процеси. А якщо ЗМІ не в змозі? Якщо вони не демократичні? Якщо під свободою ЗМІ розуміється лише свобода олігархічних ЗМІ, що виражають волю володаря? Отже, основна проблема: чийми думками ми говоримо? Мовою ЗМІ? Мовою Інтера. 1 + 1, Першого каналу, НТВ, RTV! (телебачення), “День”, “Дзеркало тижня”, “Бульвар”, “Істеблїшмент”, “Комсомольская правда в Украине” (газета), радіостанцій FM та національного радіо (а ще: Бі-Бі-Сі, “Голос Америки”, “Німецька хвиля”).

Як зрозуміти тезу “говоримо, дивимось, слухаємо не своїми органами сприйняття інформації?” (Загальне поняття: “не своїми очима”.) Говоримо одразу про внутрішній смисл процесу впливу на

споживача, про те, як називаються методи цього впливу: один з них - «міфоінформаційне зомбування».

Міфологічна інформація сприймається на рівні неусвідомленої даності (упав перед місяцем, молюсь плачу, говорю неусвідомлено: “це Бог!”). І оце “це Бог” - суть інформаційного впливу, зомбування. Це інформація на рівні архетипів несвідомого, що, долучаючись до снів, кодує наші дії. Постійне впровадження певного типу інформації (змістового модуля) дає свій результат. Людина на рівні архетипної свідомості готова безапеляційно сприймати інформацію. Під архетипною свідомістю ми розуміємо загальноприйняте поняття «образно-архетипної свідомості». Бо, власне, архетип - несвідома інформація. Ми її не фіксуємо у свідомості (за К.Г. Юнгом). Загальноприйняте (узагальнене) поняття “архетип” не має на увазі інформацію, що виявлена як інформаційний мотив у свідомості. Архетип у сучасному розумінні - це архетипно-образна інформація (міфологічна), яка сприймається як незаперечна даність. Другий рівень людина сприймає інформацію на заданому смислообразному рівні (художня свідомість). Третій рівень - сприйняття факту як реальної, документальної домінанти (публіцистична, наукова свідомість).

Міфологізація свідомості - це процес погашення аналітичної функції у сприйнятті інформації (досягнення безапеляційного сприйняття). Процес тривалий. Це деградаційний процес звуження інтелектуального поля свідомості.

Розмову про віртуальність інформації хотілось почати з анекдоту. Українець-партизан Іван Олійник і досі підриває уночі поїзди “з німцями”, десятиліттями ховаючись на горіщі від німецько-фашистських загарбників... Майже віртуальна дійсність... Віртуальність - характерна риса сучасного свідомого життя на індивідуальному і колективному свідомісному рівні. Це зміна картинно-сміслової матриці. Втеча за межі реального інформаційного поля.

Цивілізація (Європа) пішла далі. ЗМІ (як і поїзди) майже не зривають. Є Інтернет, але система зомбування, міфологізації успішно працює. В Європі витонченіше. Там газета (людина) не є додатком до політико-корпоративних систем. Там ЗМІ відділені від політичних структур (все ж намагаються!).

Як же принцип міфологізації здійснюється конкретно? Спочатку треба говорити про традиційну сучасну міфологічну матрицю – “соціалістична свідомість”, яка панувала протягом багатьох десятиліть. Її основний метод вираження інформації - соціалістичний реалізм - стиль (метод) відтворення реальності художнього, публіцистичного, художньо-публіцистичного твору, у якому реальним діям персонажів протистоїть ірреальна мотивація. Це показ життя в революційному розвитку і обов'язково у типових обставинах з позицій соціалістичного ідеалу. Комуністичний ідеал - гармонійне суспільство, де кожен отримуватиме за потребою... і т.п. На базі соціалістичного реалізму був створений потужний пласт відповідної художньої і художньо-публіцистичної культури (кіно, театр, музика, література). ЗМІ працювали у контексті соціалістичної ідеології, і тому жанрова парадигма відповідала концептам соціалістичного реалізму. Так званий “позитивний герой”, як і колись “ворог народу”, моделювався відповідно структурі ідеології соціалізму. Такий шар інформаційної матриці не може зникнути за два десятиліття. Це фондова основа світосприйняття. Хоч вона часто має і залишковий принцип. Система ніби зламана, але нова не створена. По телебаченню йдуть фільми радянського періоду з соціалістичною естетикою моделювання героя, а цілі телеканали (“Ностальгія”) створюють картину псевдореальності (постійні повтори програми «Время» з подіями і вождами того часу). Ми, занурюючись у старий інформаційний світ (формат), ніби підживлюємо стару ідеологічну матрицю.

А як це сприймає молодь? Молодь вихована на інформаційному хаосі. Це перехідний період. Нові інформаційно-свідомісні системи не створені. Тому відбувається переростання соціалістичного елемента (не як заперечення, а як констатація, даність) в дисистемний хаос. Хтось вирулює в один бік, хтось - в інший.

Якщо знову-таки повернутися до телебачення, то на жанрово-філософському компоненті, безперечно, є новації. Світоглядні системи ідеологічно стають розмитішими. На першому плані - гра, умовність, віртуальність. І жанрова партитура тут набагато багатша. Навіть коли, лише проілюструвавши сучасний жанровий телеланцюг, ми бачимо, у яких свідомісних образно-зображальних форматах працює ТБ:

бенефіс, бесіда, брифінг, бюлетень, водевіль, виступ у кадрі, гіперреалізм, дискусія, документальний фільм, документальний телефільм, драма, журналістське розслідування, замітка, замальовка, гра, есе, інтерв'ю, кіножурнал, кліп, коментар, кореспонденція, монолог (виступ), новини, огляд, звіт, нарис, прес-конференція, репортаж, сатира (стиль відтворення реальності в гумористичному і сатиричному дискурсі), серіал (мильна опера), теледебати, телемарафон, телеміст, телевістава, телешоу, ток-шоу.

Тут дуже важливо акцентувати на методах відтворення реальності, адже саме вони “вмикають” той чи інший жанр в певний рівень реальності чи міфологізації. Як метод (стиль) цінний андеграунд - альтернативне форматування свідомості у мистецтві, яке не сприймається загалом. Анекдот –

популярний в пресі і на телебаченні. Анімаційне кіно (пов'язане зі створенням ілюзії руху). Антиутопія. Балет. Бліц. Бурлеск. Далі: вестерн, детектив, епопея, есе, еротика, кітч, комедія, мелодрама, метореалізм, модернізм, навчальне телебачення, постмодернізм, мультиплікація, натуралізм, науково-популярний жанр, опера, оперета, пантоміма, пародія, порнографія, притча, реалізм, рок-опера, романтизм, соціалістичний реалізм, сайнсфікшн (наукова фантастика), сюрреалізм, трагедія, триллер, утопія.

Таке жанрове форматування надто потужне (телевізійний сегмент). Воно має змогу впроваджувати любі концепції вираження інформації. Щодо конкретної "української" реальної "телекартинки", то вона не може бути вільною від суспільної ідеологічної (точніше, інформаційно-свідомісної) заангажованості: тому виконує свою функцію, на наш погляд, напівгіпнотизера, шамана, зомбувальника, міфотворця. Але дуже важливий акцент - "напів", бо все ж випуски новин на кожному каналі різні. (На протигагу російським каналам.) Є антиподи, і це добре (наприклад, "5 канал" і канал "Україна"). Врешті, є право вибору і свідомість, яка концептуально форматowana, критично сприйме кожну інформацію. У програмах мегарівня (мається на увазі концептуальний чинник і модульність ведучого) відбувається змагання систем Автор - Сприймач інформації (програма Савіка Шустера "Свобода слова").

Якщо уважно глянути на сучасні жанрові формати (жанроутворення), то на максимальному (новоутворюючому) рівні помітна тенденція метаінформування (метагероїчного створення - героїзації). Природа метамистецтва - у постмодерністичному дискурсі. Це форма мистецтва, яка наближається до внутрішнього світу отримувача інформації, "...що знаходить своє місце як між внутрішнім світом людини і реальністю, і та, що заповнює прогалину необхідності аж до самовиправдання по іншій бік від реальності" [1, с.28].

Екранний продукт - це колективна творчість, до неї долучаються сучасні соціальні багаторолеві ігри, які разом з високим розвитком жанрів і зображально-виражальних засобів екстенсивно розширюють аудиторію, задовольняючи найраптовіші і незвичні людські потреби у т.ч. суперечного світогляду, який чужий класичному мистецтву. "В результаті сучасне мистецтво стає еkleктичним уже в самому зародженні, на рівні авторської реалізації - надзвичайно примітивна фабула реалізована на найвищому художньому рівні, відверта порнографія з завідомо обмеженою аудиторією отримує найбільш яскравих за зовнішніми даними виконавців, а складний за виробництвом екранний продукт з потужною комп'ютерною графікою за участю каскадерів орієнтований на широкого, але зовсім невибагливого глядача" [1,28]. Ще мовимо про своєрідний метареалізм - розповсюджений стиль, що заповнює вакуум соціалістичного реалізму. Метареалізм - як своєрідна антиутопія особистості, що базована на достатньо реалістичних подіях, поєднаних сюрреалістичними ланцюгами для досягнення натуралістичного ефекту.

Ще одна риса сучасної інформації, яка впливає на освітньо-світоглядну парадигму людини, - шоківість, стресовість. Після випуску новин споживач спить неспокійно. Наприклад, останній узагальнений новинний стресовий вернісаж:

1. Експрес "Дніпро-Київ" перекинувся;
2. Випадково від власної рушниці загинув координатор більшості у парламенті;
3. Пограбований банк...

і це ще полегшений вибір фактів.

Стрессова акцентація журналістики - психологічний синдром новинної винятковості, що постає кошмаром повернення (перевернення) архетипів свідомості, їх десинхронізації з інформаційним полем сьогодення.

Стрессова інформація емоційно активна. Вона долучається на підсвідомому рівні до досвіду покоління (виробленої віками ритмічно-гармонійної системи архетипів певного етносу: Земля, Степ, Мати, Батько, Любов: космогонічні: вода, земля, сонце, повітря, вогонь). Але вікова унормованість - це знову-таки спокій ритму. А сьогодні все часто фокусується на: Вогонь, Прірва, Хаос, Блискавка, Біль, Горе.

Специфіка українського свідомісного менталітету полягає у перевазі горизонтального (жіночого) начала. Це - спокій, урівноваженість, сентиментальність, працелюбство. Це начало форматується по лінії Великого Степового кордону між Сходом і Заходом. Чоловіча домінанта - вертикальне. Етносоціальний чоловічий тип - козак Мамай - натура меланхолійна, іронійна, філософськи заглиблена, неспішлива...

Споживач інформації, захворівши від жахової інформаційної перевтоми, звертається до лікаря. Чи знає лікар теорію архетипів Юнга, Ноймана, щоб допомогти хворому? Хто несе відповідальність за здоров'я людини, у якої безлад на рівні архетипно-свідомісного? Це найшкідливіший стан хворого.

Стресовість це вибуховість, шок, обрив емоційності. Отже, чіми думками ми говоримо? Мовою Архетипів, мовою Матері, мовою ЗМІ? Чи є лікар для ЗМІ? Якщо немає, пропонуємо свій варіант. Як вилікуватися від інформаційної залежності? Залежність - це неможливість відірватися від

інформаційного допінгування. Існує тип залежності як інформаційне допінгування. Це необхідність інтелектуально-інформаційного забезпечення. А є й залежність як неможливість власного інформаційно-свідомісного творення на рівні системного функціонування.

Вилікуватися від негативної залежності - це пройти період "ломки" (не в значення паління травки!). Ломки - як процесу відновлення "само мислення". А потім - створення міцної (суперміцної) власної свідомісної системи, яка здатна виробляти власні інформаційні концепти. Лідери розрушують інформаційно-свідомісні стереотипи і рухають суспільну свідомість уперед. ЗМІ, які виступають в ролі інформаційного лідера, є свідомісною суспільною домінантою. Лише потужня індивідуальність (суперсвідомісна система) може дистанціюватися від шаленого тиску міфологізованої інформації ЗМІ.

Як "організувати" цю суперсвідомісну особистість? Освіта. Закріплення архетипів етносу, нації по новому витку інтелектуалізації знань, але це інша тема. Хоч коротко треба сказати, що проблема надто актуальна, бо "вписування" архетипно-етнічного досвіду в інтелектуальне поле свідомості - процес складний. Архетипи не відходять у безвість, вони (архетипні образи-коди) "перереформатовуються", видозмінюються, переходячи з констатаційно-умовного, недиференційованого плану в осмислено-інтелектуальний. Наприклад, вивчення міфологем у науці, закріплення їх у свідомісно-політичному житті, художньому. Бо, нагадуємо знову, ще є актуальна проблема віртуального світу (Інтернет). Знову-таки - проблема пошуку власної свідомісної матриці - "свідомість блукає за межами свого тіла". Це, до речі, у контексті дискурсу "свідомісний інформаційний глобалізм". А чи повинна людина визначити свою власну свідомісну матрицю (власну концепцію життя і шляхи реалізації життєвої програми)?

Отож, тема про те, чи спокійні наші сні у порівнянні з снами предків, звучить однозначно тривожно.

Теза чи є журналістика "четвертою владою" вирішується лише вами. Наша думка: вона є першою владою нашої свідомості. Чи треба це так? Існує ціла жанрова філософія впровадження інформації до нашої свідомості (форматування), і неабияку роль грають застарілі матриці...

І останнє. Хто виховає такого лікаря, що лікуватиме ЗМІ? Проблема? Проблема...

Ні, не останнє. Останнє - це заява партизана Івана Олійника, який вийшов з "підпілля". З сьогоднішнього дня він припиняє диверсії проти німецько-фашистських загарбників. Війна закінчилась... Віртуальна, міфологічна війна продовжується.

Джерела та література

1. Типологія жанрів сучасної журналістики. - [http:// Media.utmn.ru /Library - vie.book.php?chapter_num](http://Media.utmn.ru/Library-vie.book.php?chapter_num)

Поступила до редакції 13.08.2007 р.