

МЕДИАТЕХНОЛОГИИ И ОБЩЕСТВО

В. Ф. Познин

Санкт-Петербургский государственный университет

Поступила в редакцию 31 января 2014 г.

Аннотация: *современные цифровые технологии, используемые в различных средствах коммуникации и массовой информации, все больше влияют на жизнь общества. Причем, что характерно, сегодня, благодаря новым технологиям, доминирует индивидуальный характер получения информации. В результате новые медиатехнологии способствовали, с одной стороны, расширению сегмента «массовой культуры», а с другой – дроблению единой культуры на большое количество субкультур. Другая проблема экранной культуры в целом состоит в том, что развитие технологий, используемых при создании аудиовизуального продукта (АВП), пока что явно опережает его творческую, креативную составляющую.*

Ключевые слова: *цифровые технологии, мультимедиа, экранная культура, Интернет.*

Abstract: *modern digital technologies used in various means of communication and mass media have constant influence on all spheres of social life. It's important that new technologies determine individual character of obtaining information. The other result of introducing new technologies in mass media is, on one hand, the expansion of the segment of «mass culture» and, on the other hand, appearance of a large number of subcultures. As regards the interplay between technology and screen arts at the present moment digital technologies are clearly ahead of the creative process.*

Key words: *digital technologies, multimedia, screen culture, Internet.*

Человечество, в течение двенадцати веков писавшее птичьими перьями, всего лишь за 150-200 лет совершило гигантский скачок в освоении новых средств фиксации и передачи сообщений, создав телеграф, телефон, радио, кино, телевидение. Появление же в конце XX века электроники и компьютерных технологий не только резко увеличило скорость передачи информации, но и характер обмена информацией. Последние полвека человек, не выходя из дома или офиса, может воспринимать ту аудиовизуальную информацию, которую раньше мог получить, лишь придя в театр, кинозал или на стадион. То есть, благодаря новым технологиям, все шире внедряется индивидуальный способ потребления экранной культуры самыми различными способами.

Первую модель индивидуально получаемой аудиовизуальной информации продемонстрировал гениальный Томас Альва Эдисон 125 лет назад, когда, используя изобретенную Джорджем Истменом целлулоидную перфорированную фотопленку, он создал аппарат под названием кинетофонограф. Зритель впервые смог получить самую настоящую аудиовизуальную информацию, т. е. демонстрируемые Эдисоном киноролики сопровождалась практически синхронным звуком, производимым фонографом. Но воспринимать изображение можно было, лишь прильнув глазом к окуляру кинетоскопа. То есть потребление звукозрительной информации

носило в данном случае сугубо индивидуальный (и в то же время массовый – подобно чтению отпечатанной большим тиражом книги) характер.

Спустя шесть лет после появления кинетофонографа братья Люмьер, подхватив идею Эдисона, пустят луч проектора на большой экран и превратят синемаграф уже в средство массовой информации, воздействующее одновременно, подобно театру, в одном месте на большое количество людей.

Сегодня же, на новом витке технического прогресса, экранная культура, благодаря появлению новых коммуникационных технологий, фактически возвращается к эдисоновскому, т. е. индивидуальному способу получения аудиовизуальной информации. Мало того, если еще совсем недавно телезритель действительно был «коллективным надомником», получавшим одну и ту же информацию в одно и то же время, то Интернет оказался способен доставить аудиовизуальную информацию практически в любое место и в любое удобное для потребителя время.

На наших глазах носители аналоговой информация (грампластинки, магнитная звуковая и видеозапись, фото- и кинопленка) ушли или уходят в прошлое. Цифра решительно вытесняет все иные виды информации. На последних международных кинофестивалях показ шел уже не с кинопленки, а исключительно с цифровых носителей (хотя надежность и длительность хранения цифровой информации, в отличие от всякой другой, пока еще не проверены временем).

Но главное – процесс получения информации и обмена ею с помощью новых технологий с каждым годом охватывает все большее количество людей. В результате радио, телевидение, Интернет оказывают огромное влияние на культуру, образование, воспитание и на формирование ценностных установок и образцов поведения, в значительной степени формируя восприятие нами окружающего мира.

Несомненно, положительным моментом развития цифровых компьютерных технологий стало то, что они резко ускорили и расширили процесс получения и обмена информацией. Благодаря Интернету пользователи его получили доступ к самым различным базам данных, но и приобрели возможность интерактивного взаимодействия с пространством Всемирной сети и с другими участниками информационного обмена. Каждый индивидум сегодня может быть одновременно и получателем, и отправителем информации, что обеспечивает высокую степень комфорта использования информации в самых различных областях человеческой деятельности. И, кроме всего прочего, Интернет обеспечил человеку свободу выбора.

Однако негативных последствий внедрения в жизнь новых технологий оказалось не меньше. Во-первых, бесконтрольность информационных потоков в пространстве Интернета привела к тому, что поставщики информации получили возможность давать сообщения, не соответствующие действительности, выкладывать информацию, способную нанести вред обществу и индивидууму, и т. п. Во-вторых, привыкание пользователя к ежедневному многочасовому существованию в пространстве Интернета становится нередко сродни наркотической зависимости, отторгая человека от реальной жизни, вплоть до аутизации и сужая круг его интересов до тех лишь событий, что происходят в виртуальном пространстве.

Воздействие компьютерных технологий, включая компьютерные игры, особенно сказывается на неокрепшем детском и молодежном сознании. Как показало тестирование в США, ученики, наиболее активно пользующиеся компьютером, проявляют ограниченную способность к креативному мышлению, в частности, к умению создавать собственные визуальные образы или идеи. Исследования показали также, что и молодые люди, активно пользующаяся получением данных посредством компьютерных технологий, теряют способность надолго запоминать новое, а также прочно помнить старое, то есть отучаются эффективно пользоваться своей краткосрочной и долговременной памятью – ведь память, как и мышцы, нуждается в постоянной тренировке. Вероятно, и та путаница в мозгах, которую все чаще демонстрируют наши абитуриенты и студенты, – не только результат современного школьного образования, но также и компьютерной

зависимости, усиливающей характерную для нашего времени переизбыточность информации.

С каждым десятилетием наш мир все более усложняется. Развиваются новые технологии, возникают новые профессии, появляются новые вещи, новые понятия. Естественно, наша психика испытывает при этом возрастающие нагрузки. Перед сложностью окружающих его явлений и событий человек часто теряет ощущение единства мира и начинает воспринимать окружающую его действительность как серию постоянно мелькающих перед его глазами слайдов или клипов. Это ощущение еще больше усугубляется телевидением и Интернетом, которые, создавая впечатление единого пространства и времени, на самом деле дают зрителю/пользователю фрагментарную, точечную картину явлений и фактов.

Профессор калифорнийского университета Роберт Росен отмечает, что молодое поколение, выросшее в эпоху цифровых технологий, предпочитает и новую, «цифровую эстетику». В новом мире, где нас повсюду окружают экраны, любое аудиовизуальное творчество воспринимается уже как своего рода мультимедийный коллаж. На первое место выходит многослойный нелинейный сюжет, развивающийся к тому же в быстром темпе и построенный на чередовании фрагментов. Такое восприятие объясняется, вероятно, пониженной у современного зрителя концентрацией внимания и привычкой к клиповому монтажу [1].

Можно предположить также, что и возросшая в обществе агрессивность поведения в известной степени объясняется непрерывной сменяемостью информации на телевидении и в сетях Интернета, не говоря уже об эпизодах насилия и агрессивности, которыми заполнено не только телевидение (сегодня даже развлекательные и юмористические передачи нередко содержат элемент агрессивности), но и компьютерные игры и интернетовские видеоблоги [2], ведь аудиовизуальная информация воздействует на психику человека гораздо сильнее, чем любая иная.

И, наконец, порожденная новыми технологиями индивидуализация потребления информации, о которой было сказано выше, способствует тому, что реальные связи человека в социуме все больше сводятся к минимуму. Люди гораздо реже посещают библиотеки и читальни и реже ходят в кино, предпочитая смотреть тот или иной фильм дома, в Интернете или даже в метро или электричке. Да и общаемся мы друг с другом все больше в той же Всемирной сети, либо через мобильные телефоны. И если телевидение имеет по-прежнему более-менее четкий алгоритм вещания, то пользователь Интернета волен сам выбирать то, что его интересует в данный момент, формируя таким образом свою картину мира, отчасти опираясь при этом на мнения

друзей или медийных авторитетов. В результате в пространстве Интернета создается большое количество субкультурных сообществ со своей мифологией, своими кумирами и своими социокультурными кодами.

Телевидение же, столкнувшись с мощной информационной конкуренцией в лице Интернета, с одной стороны, начинает осваивать интернет-ресурсы как способ распространения и хранения там собственной продукции, а с другой – все чаще использует извлеченный из Интернета аудиовизуальный продукт как способ привлечения к телеэкранам массовой аудитории. Сегодня в телевизионных программах можно постоянно видеть популярные интернетовские видеоблоги, сюжеты для рубрики «Мобильный репортер», заимствованные, как правило, из того же Интернета, и т. п.

Нарастающая конкуренция между Интернетом и телевидением заставляет владельцев телеканалов использовать для привлечения аудитории средства, усиливающие эмоциональное воздействие на аудиторию. Современное телевидение нередко привлекает публику подобно тому, как ее зазывали раньше на площадные представления – громким криком, кривлянием, обещанием показать чудеса, удивительные феномены, различные щекочущие нервы сцены или то, что раньше считалось неприличным прилюдно показывать. Все это не может не сказываться на восприятии человеком не только аудиовизуальной информации, но и жизненных явлений.

Исследователи высшей нервной деятельности человека, говоря о «запредельном торможении», имеют в виду ситуацию, когда нейроны, получая сверхсильные раздражители, начинают блокировать ответную реакцию на такие сигналы. Подобного рода торможение имеет в этом случае защитное свойство, поскольку предохраняет нервные клетки от истощения, то есть носит охранительный характер [3]. Таким образом, когда ток-шоу и иные телепрограммы начинают подавать информацию в эмоционально форсированном режиме, усиливая сигналы, способные пробудить зрительское восприятие, это нередко приводит к обратному эффекту – к угасанию зрительского эмоционального сопереживания. Либо, что еще хуже, к пробуждению у неадекватных личностей желания получать все более острые ощущения – и не только с экрана, но и в жизни.

Вполне обоснованная тревога заинтересованных в сохранении и подъеме национальной культуры людей обусловлена тем, что так называемая экранная культура воздействует не на узкую аудиторию, а на самые широкие слои населения.

Сегодня экранная культура представлена в основном «массовой культурой», заполонившей кинотеатры и почти все телеканалы. Воздействие ее сказывается прежде всего на молодежи, которая в большинстве своем не имеет в наши дни ни эсте-

тической, ни общекультурной подготовки, а потому беззащитна перед энергичным натиском псевдокультуры, количество которой, благодаря новым технологиям, увеличивается с каждым годом.

«Публика – это ребенок, всегда готовый смотреть все, что его развлекает, будь то прекрасное произведение или глупая безделка, – писал в середине прошлого века замечательный французский кинорежиссер Рене Клер. – Как может эта податливая масса, в которой никто не пытался пробудить и развить чувство критики, защититься против тлетворного влияния «развлечений», которые фабрикуются для нее по самым низкопробным рецептам? Когда мы слышим, как говорят: «Чего вы еще хотите? Мы даем публике то, что ей нравится...», то мы думаем, что это оправдание уже само по себе является осуждением для тех, кто его приводит». И, заключая свой пассаж, направленный против повсеместного насаждения глупости и пошлости через средства массовой информации, Р. Клер восклицает: «Разве стимулировать умственное развитие народа менее важно, чем оберегать его телесное здоровье?» [4].

Бурное развитие технологий, производящих аудиовизуальный продукт (АВП), давно отринуло подобные рефлексии относительно воспитания вкусов и стимулирования умственного развития. Когда культура не поддерживается в должной мере государством, она неизбежно вынуждена ориентироваться на рыночный спрос. А чтобы доход был максимальным, технология изготовления АВП должна быть упрощена и стандартизирована. В отличие от культуры традиционной, имеющей дело со «штучным товаром», массовая культура, подобно огромной фабрике, должна «гнать» продукцию изо дня в день, что не может не сказываться на конечном результате. «Массовая культура» – это производство псевдохудожественного продукта в соответствии с определенными стандартами и требованиями определенного воздействия. И именно потому, что производство доминирует над творчеством, «массовая культура» легко подчиняется шаблонной и технологической программе» [5]. То есть в данном случае безотказно срабатывает закон рынка, сформулированный еще героем комедии А. С. Грибоедова, – «числом поболее, ценою подешевле». В результате, в современном аудиовизуальном продукте чаще всего доминирует нарративное, повествовательное начало – на поиск художественных средств у создателей АВП, как правило, нет ни времени, ни денег. По той же причине на телевидение постоянно растет число всевозможных ток-шоу, поскольку технология изготовления подобного рода АВП гораздо проще и дешевле. И телесериалы делать гораздо выгодней, чем отдельные фильмы: каждая серия снимается в среднем за неделю, в то время как на съемки фильма уходит минимум полгода и требуется гораздо больше средств.

«Массовая культура» во имя «общедоступности» замещает эстетическое наслаждение и работу души примитивным удовольствием, бездумным развлечением, освобождает потребителя от сильных и глубоких переживаний и интеллектуального напряжения. Она дает не познание, а иллюзию познания, либо выдает за научное познание откровенную небывальщину (достаточно посмотреть на РенТВ программы «Территория заблуждений» или «Тайны мира», а на НТВ – цикл «Таинственная Россия») и порой действует как наркотик, «подсаживая» зрителя на очередной сериал или телепрограмму.

Другим следствием технологического прорыва, сопровождаемого упрощением и ускорением производства АВП, стал переизбыток информации, особенно информации в визуальной, аудиальной и аудиовизуальной форме – как на бытовом уровне (миллионы фотоснимков, сотни тысяч видеоблогов, SMSок и т. п.), так и на уровне всевозможных СМИ (десятки радиостанций и телеканалов, интернет-порталов и т. п.). Результатом этого явилось невольное отторжение пользователем информации, требующей напряженного внимания, запоминания или эстетического и эмоционального соучастия. Подобно тому, как человек, постоянно употребляющий мягкую пищу, приучает свои зубы и свой пищевод к наименьшим усилиям, так и зритель, постоянно воспринимающий экранный суррогат, не требующий особого напряжения для его восприятия и переработки, начинает невольно отторгать все новое и непривычное. А поскольку никто не готовит публику к восприятию произведений, требующих активного эмоционального и интеллектуального соучастия, то территория массовой культуры в таких условиях будет расширяться безгранично, сужая соответственно территорию истинной культуры до крошечного островка.

Творческие работники кино и телевидения, то есть та часть социума, что производит экранный продукт, тоже непрерывно ощущают на себе постоянное изменение технологий. Едва привыкнув к какой-то технике и формату, они вынуждены через несколько лет осваивать уже новые технологии и привыкать к новым условиям работы, что также не способствует активной генерации новых творческих идей. Сегодня прерогатива принадлежит инженерам и программистам, предлагающим творческим работникам все новые и все более совершенные виды съемочной техники, звукозаписи, обработки изображения и звука. То есть идеи технического характера пока что явно опережают креативные идеи творческих работников. За последние 20 лет было внедрено огромное количество новых технических средств: появились видеокамеры, работающие в формате HD, способные к тому же вести ускоренную и цейтраферную съемку; повысилась светочувствительность виде-

окамер; появились аккумуляторы и цифровые носители, позволяющих снимать непрерывно в течение нескольких часов; постоянно совершенствуются фотокамеры, осуществляющие высококачественную видеосъемку; минимизируются размеры видеокамер; в производстве широко используются самые разнообразные дистанционно управляемые операторские краны, мини-вертолеты и т. п.; повсеместно используется система стабилизации «стедикам» и т. п. В общем, в распоряжении создателей АВП оказались достижения технической мысли, дающие самые широкие возможности для творчества. Многие из того, что сравнительно недавно требовало немалых усилий (синхронная киносъемка, комбинированные киносъемки, съемка в реальных интерьерах, ночные съемки, воздушные и подводные съемки, съемка скрытой камерой и т. д.) сегодня делается легко, просто и быстро.

Но парадокс заключается в том, что если преодоление технических и технологических трудностей часто приводило к интересным творческим находкам, то использование почти безграничных возможностей современной съемочной техники свелось в основном к виртуозным съемкам и к совершенствованию спецэффектов. Вероятно, должно пройти какое-то время, чтобы создатели АВП начали использовать новые средства не как аттракцион, а как способ художественного выражения той или иной творческой идеи.

С другой стороны, следствием упрощения и доступности технологии производства информационного продукта стало то, что сегодня, параллельно с профессиональной журналистикой, в Интернете существует и развивается самодеятельная журналистика – и не только письменного, но и визуального и аудиовизуального характера. Как отмечают многие исследователи, в частности, Л. Канг, Р. Пикард и Р. Тоуз, именно цифровые технологии, сделавшие возможным подачу информации посредством такой медиаплатформы, как Интернет, определили во многом содержание информации (контент), а также форму ее подачи и новые стратегии продвижения и распространения информации мультимедийного характера [6].

Не стоит забывать и о том, что внедряемые в медийное пространство компьютерные технологии, находятся еще в самом начале своего развития. Тот же Интернет постоянно преподносит нам все новые и новые сюрпризы, вовлекая в глобальную сеть как уже существующие, так и совершенно новые, создаваемые на наших глазах потоки и виды информации.

Сегодня уже всем очевидно, что информационные технологии в XXI веке во многом определяют образ жизни человека и радикально трансформируют восприятие мира и способы межличностного общения. Возникшее, казалось бы, совсем недавно такое явление, как «социальные сети», уже охватывает милли-

оны пользователей, которые постоянно общаются между собой, делятся мнениями, выкладывают различную текстовую и изобразительную информацию. Социальные сети, благодаря своей многозадачности, выполняют не только развлекательную, информативную и социальную функции, но и терапевтическую, удовлетворяя желание пользователя Интернета поделиться своим мнением с окружающими и получить поддержку своему мнению.

Но, как показывает анализ, при этом «сегодня в соцсетях до 95 % информации – шлак. Например, в русском Twitter 7-8 млн аккаунтов. Живые из них – 1,1-1,5 млн, это те, кто вообще выходит в эфир. Из них 500-700 тыс. роботов. 4-5 млн сообщений в день на русском Twitter состоят только из перепостов. Люди ничего не добавляют от себя, они просто распространяют» [7]. Причем чаще всего информация, полученная пользователем из СМИ, носит забавный или скандальный характер.

Другая характерная черта сообщений, публикуемых в соцсетях, – стремление к краткости, а чаще всего к примитивности изложения. Как замечает Игорь Ашманов, «люди привыкают к очень короткому обмену информацией. Пост в Facebook сразу тонет, и найти в нем запись недельной давности нереально. Соцсети не предназначены для хранения контента <...> – пользователи помнят только то, что происходило сегодня или вчера. Возникает забывчивость. Аудитория быстро глупеет и становится легко управляемой» [8]. Действительно, если посмотреть комментарии по поводу текста, опубликованного каким-то известным человеком, или на очередное событие, то нельзя не заметить, насколько велико количество «комментов», откровенно неумных или носящих агрессивный, а то и оскорбительный характер.

Не стоит забывать и того, что людей с конформной психологией – большинство и что они, легко попадая под влияние тех или иных «медийных лиц»,

готовы некритично воспринимать любое высказанное этими лицами утверждение. Возникает мифологизм сознания, который объединяет те или иные интернетовские сообщества и делит общество на «своих» и «иных».

Кроме того, Интернет на наших глазах становится ареной для информационных войн, вброса дезинформации, создания вредоносных сайтов, мониторинга интернетовского контента. Возбуждавшая весь мир история со Сноуденом, поведавшим о системе глобальной слежки, осуществляемой США, лишний раз свидетельствует о том, что информационные войны приобретают все более изощренный и опасный характер. По данным Сноудена, существует 700 серверов глобальной системы тотальной слежки за любыми пользователями Интернета под названием XKeyscore, расположенных в 150 странах [9] (что неудивительно, поскольку интернетовские технологии, которыми пользуются все страны, в основном были разработаны в США). Но эта технологическая проблема заслуживает отдельного рассмотрения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Режим доступа: http://www.cinemotionlab.com/content/CINEMOTION_036_12_S.pdf
2. Режим доступа: http://azbyka.ru/tserkov/lyubov_i_semya/vera_i_deti2/rebenok_i_kompyuter_all.shtm
3. Режим доступа: <http://medicedu.ru/fiziologia/251-nervnaya-deyatelnost.html?showall=1>
4. Клер Р. Размышления о киноискусстве / Р. Клер. – М., 1958. – С. 148.
5. Райнов Б. Массовая культура / Б. Райнов. – М., 1979. – С. 107.
6. Kung L., Picard R.G., Towse R. The Internet and the Mass Media. Sage Publications Ltd. – 2008.
7. Забил я цифрой пушку туго. Беседа с И. Ашмановым. – Российская газета. – 2013. – № 109.
8. Режим доступа: <http://news.am/rus/news/166474.html>

*Санкт-Петербургский государственный университет
Познин В. Ф., доктор искусствоведения, профессор кафедры телерадиожурналистики
E-mail: poznin@mail.ru*

*St. Petersburg State University
Poznina V. F., Doctor of Art Criticism, Professor of the Television and Radio Journalism Department
E-mail: poznin@mail.ru*