

ря известному коду, аллегории барокко, напротив, предстают как руины, указывающие на «метафизическую бездонность», опустошенность человеческого существования, его тоску по трансценденции, несмотря на акцентировании религиозности. В силу этого развитие аллегоризации в барочной драме означает, что искусство стало проблематичным для самого себя, в той же степени, что и эстетический принцип «красивой видимости» стал достоянием эпигонов классики. Посредством аллегии в искусстве барокко исчезает ложная видимость целостности, образ в пространстве аллегии – это фрагмент, руина. Так, в отличие от классицизма, искусству барокко удастся уловить несвободу, незавершенность и надломленность чувственной природы.

УДК 316.47+316.772.4/5

Т.Е. Новицкая, канд. филос. наук, науч. сотр.
(Институт философии НАН Беларуси, г. Минск)

ПРОБЛЕМА НОРМАТИВНОСТИ В ИССЛЕДОВАНИЯХ МЕДИА

В исследованиях медиа популярно акцентирование угроз и рисков, их разобщающего потенциала, сетевого индивидуализма, атомизации, кликтивизма. Часто исследовательские задачи формулируются в русле «выявления негативных эффектов, связанных с медиа». Распространены алармистские настроения по поводу опасностей цифровой экономики, цифрового контроля, тесной связи цифрового капитализма с глобальной властью медиакорпораций. Тренду критики эффектов новых медиа противостоят концепции, подчеркивающие их положительное влияние на социальную сплоченность.

Говоря о влиянии новых медиа на социальную интеграцию и идентичность, одни теоретики указывают на освобождающий потенциал медиа – повышение уровня свободы, разнообразия, мобильности, расширение возможностей изменений и социального прогресса, гражданственности, инклюзии, объединение общества, а другие насторожены в виду размывания норм и идентичностей, утраты корней и дезинтеграции, превалирования единообразия вследствие медийного регулирования общества, использования медиа как дисциплинирующего инструмента, централизации, концентрации власти в медиа.

Существует ряд теоретико-методологических, различие в исследовательской оптике которых определяет различие их позиций по вопросу взаимовлияния медиа и общества [1].

Теория массового общества исходит из идеи интеграции медиа в источники власти. Медиа – инструмент управления и манипулирования общественным сознанием, который также способствует его адап-

тации к ситуации, социализации, воздействует на идентичности. Информационный медиаохват в массовом обществе широкомасштабен, однако реципиенты атомизированы, относительно изолированы, групповая сплоченность слабая, медиа коммерциализированы. Аудитория ориентирована на потребление информации, а не на ее производство. Сегодня одностороннее медиавоздействие утрачивает тотальность.

Политическая экономия фокусируется на взаимосвязи между экономической структурой, генезисом медиаиндустрии и идеологическим содержанием медиа. Медиа – составляющая экономической системы, сопряженная с корпоративными интересами, что ведет к сокращению независимых медиа, маргинализации альтернативных высказываний, ориентации на «эффективного» потребителя. Медиактивность сама выступает как товар или как процесс, ведущий к товару. Медиа – инструмент усиления идеологического влияния правящего класса и легитимизации его господства. Антиглобализм, антикорпоративизм, переход к альтернативным медиа, коллективным формам собственности на них, разоблачение капиталистической пропаганды – таковы предлагающиеся стратегии противостояния.

В социальном конструктивизме разделяется критика рисков, связанных с медиа. Н. Коулдри и А. Хепп [2] подчеркивают роль медиа в создании и воспроизводстве структур общества. Медиа – институт, воспроизводящий ангажированный взгляд. Они содержат в себе материалы для конструирования реальности, могут выборочно воспроизводить определенные смыслы, участвуют в формировании значимых для общества нарративов.

В коммуникационно-технологическом детерминизме медиа рассматривают в качестве детерминанты социокультурных, политических, экономических трансформаций. Теоретики выделяют фазы в истории в зависимости от доминирующего типа медиа. Сегодня датафикации, цифровизации как основе медиатизации часто придается грандиозное значение. Технологии передачи информации имеют фундаментальное значение для культуры и общества, они коррелируют с определенными типами общества и культуры, специфика развития ИКТ задает темпы и направление изменений в общественной жизни, коммуникационные революции неизбежно ведут к социальным революциям.

Значение коммуникационной революции разделяет и концепция информационного общества. Такое общество характеризуется растущей взаимосвязанностью и ростом зависимости от сложных систем, ускорением производства и потоков информации, конвергенцией и интеграцией различных видов деятельности, ускорением глобализации. Нормативный компонент в данной концепции выражен настоль-

ко отчетливо, что о ней порой говорят как об идеологии, положенной в основу многих политических программ по всему миру, связанных с информатизацией.

Структурный функционализм рассматривает общество как социальную систему, характеризующуюся определенной структурой и механизмами взаимодействия ее структурных элементов, каждый из которых выполняет собственную функцию. Медиа – одна из таких самокорректирующихся подсистем, призванных приносить ему пользу. Этому подходу присуща доля консервативной окрашенности: медиа видятся как ориентированные на поддержание статуса-кво, сохранение стабильности в обществе. Медиа – это институт, нацеленный на порядок, контроль и сплочение общества, регулирующий степень социальной напряженности. Функции медиа охватывают: наблюдение за окружающей средой, связывание частей общества в ходе реагирования на события в окружающей среде [3], передачу культурного наследия [4], обеспечение индивидуального вознаграждения, расслабление и снятие напряжения [5]. Медиа мобилизуют с использованием массовой коммуникации.

В акторно-сетевой теории вопрос о нормативности снимается в виду того, что акторы не всегда обладают человеческой природой.

Как показал обзор теоретико-методологических подходов к медиа, большинство из них могут быть охарактеризованы как нормативные. Их деонтическая окрашенность связана с философским фундаментом их выстраивания. В каждом из них исследуется, как должны (и не должны) действовать медиа – так, чтобы были реализованы значимые социальные, этические ценности и нормы. Такой взгляд является следствием определенной социальной философии.

ЛИТЕРАТУРА

1 Mcquail's Media & Mass Communication Theory. Seventh Edition / Denis McQuail, Mark Deuze. – Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, Melbourne: SAGE, 2020.

2 Couldry, N., Hepp, A. The Mediated Construction of Reality. – Cambridge: Polity Press 2017.

3 Lasswell, H. The structure and function of communication in society // The Communication of Ideas / L. Bryson (ed.). – New York: Harper & Row, 1948. – Pp. 32–51.

4 Wright, C.R. Functional analysis and mass communication // Public Opinion Quarterly, 1960. – № 24. – Pp. 606–620.

5 Mendelsohn, H. Mass Entertainment. – New Haven, CT: College and University Press, 1966.