Евгений Александрович ЦУКАНОВ

ДИСКУРСИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОСТМЕДИАГНОЗИСА

В работе делается попытка объяснения преобладания негативно-объективистского отношения к реальной действительности в практиках современных медиа через их косвенную причастность к гностической философии, взятой в формате экзистенциализма и постмодернизма. Для более точной маркировки данного деструктивного явления автором вводится термин постмедиагнозис, в котором сфокусирован целый спектр смысловых значений – утрата средствами массовой информации их гуманистической доминанты, девальвация принципа демократичности, их онтологическое и дискурсивное перерождение из связующего начала в дезорганизующее, что позволяет говорить о смене статуса медиа на противоположный статус демедиа.

Ключевые слова: *медиа, гностицизм, дискурсивные практики, постмодернизм, деконструкция реальности.*

Evgeny A. TSUKANOV

DISCOURSIVE FEATURES OF POSTMEDIAGNOSIS

In work the attempt of an explanation of prevalence of the negative and objectivistic attitude towards reality in practicians of modern media through their indirect involvement in the Gnostic philosophy taken in a format of existentialism and postmodernism becomes. For more exact marking of this destructive phenomenon by the author the term postmediagnosis in which the whole range of semantic values – loss of their humanistic dominant by mass media, devaluation of the principle of democratic character, their ontologic and discourse regeneration from the binding beginning in disorganizing is focused that allows to speak about change of the status of media with the opposite status of a demedia is entered.

Keywords*: media, Gnosticism, discourse practicians, postmodernism, reality deconstruction.*

Под постмедиагнозисом в рамках данной статьи мы будем понимать сложное культурно-коммуникативное явление, получившее распространение в современной журналистской теории и практике на почве разочарованности работников медиасферы в истории как объективном процессе усовершенствования общественных отношений, а также игнорирования ими аксиологической значимости прогрессивной гуманистической идеологии при исполнении профессиональных обязанностей. Очевидно, что эти проблемы психологического свойства, и обе должны быть вызваны каким-то вполне конкретным травмирующим фактором, к коему предположительно можно отнести искреннюю увлеченность (а по сути, ментально-творческую интоксикацию) медиакратов чуждыми журнализму идеями экзистенциальной и постмодернистской философии, для которых свойственен особый декадентский взгляд на вещи. Подобный взгляд, в частности, выражается в многочисленных негативных высказываниях и оценках известных и авторитетных журналистов о природе человека, несовершенстве мира и бесперспективности дальнейшего продолжения социогенеза. Мы касались этого вопроса (Цуканов 2018) в связи с удивительным мировоззренческим изоморфизмом между журналистикой и лжеименным гнозисом. Так называлось ближневосточное деструктивное религиозно-философское учение II-III вв., пафос которого был направлен на

обоснование мысли о необходимости аннигиляции несовершенного мироздания, созданного по замыслу самозваного творца-демиурга, а не настоящего Бога (Трофимова 1989: 170). Носители гнозиса – гностики – считали себя замкнутым кругом посвященных, которым-де эксклюзивно были доступны пневматические тайны истинного бытия. Знание этих тайн, помноженное на желание отменить несправедливый наличествующий жизненный уклад, составляло ядро гностицизма, который регулярно воскресал в переходные периоды развития человечества. К примеру, как гностические квалифицируются некоторые массовые средневековые европейские ереси: альбигойцев, богомилов и катаров. Гностическую предысторию и подпитку имела секулярная наука Нового времени, сложившаяся на почве оккультного мистицизма алхимии и модного в тогдашней интеллектуальной среде герметизма. Богоборчески-гностическим выглядит со стороны и капитализм как общественно-экономическая формация, а также большинство революционных движений, имевших хождение в XIX-XX вв. На этом фоне мезальянс между дряхлым гностицизмом и относительно молодой журналистикой не кажется чем-то неправдоподобным.

Проблема постмедиагнозиса логически распадается на два равноценных смысловых блока, имеющих, как нам кажется, глубокое онтологическое измерение – тему постмедиа и тему медиагнозиса, которые в идеале должны изучаться максимально подробно и по отдельности.

Что касается постмедиа, то данное понятие может означать особое состояние медиареальности, при котором атрофируется основная функция СМИ – связывать воедино картину действительности на дискурсивно-семиотическом уровне. Наоборот, современные медиа, действуя в противоречии с собственной, изначально объединяющей природой, самоубийственно добиваются эффекта дизъюнкции в отношении мироустройства. Понятие медиагнозиса означает такое качество средств массовой информации, при котором они превращаются в инструмент манипуляций и фальсификаций в целях дестабилизирующего воздействия на массовое сознание и, как следствие, – общую устойчивость космоса. Этому способствует инфицированность современной журналистики разрушительными гностическими идеями, о чем необходимо поговорить развернуто.

Весь предыдущий век прошел под знаком непрекращающихся войн и социальных катаклизмов, которые не могли не породить особого, пессимистического, отношения к установке о возвышенной роли человека как преобразователя окружающей действительности. Пессимизм, цинизм и деструкция вполне закономерно и естественно пропитали насквозь медиателесность, аккумулировав мрачную энергию журналистов-ниспровергателей, маскирующих свою гностическую ненависть к миру, каков он есть, под объективный метод, мнимую неангажированность, показную принципиальность. В качестве иллюстрации можно привести публицистический почерк Юлии Латыниной (Вопросы и ответы Юлии Латыниной http), вобравший в себя либертарианскую энергию ненависти к миру и простым смертным американской писательницы гностического склада Айн Рэнд, которая всю жизнь занималась апологией жестокого лика

капитализма, посвятив этому такие книги, как: «Источник» (Рэнд 2017) и «Атлант расправил плечи» (Рэнд 2018).

Убедиться в ценностном декадансе и общефилософской демотивированности современных СМИ в плане их нежелания служить всем без исключения гражданам современной России можно также за счет обращения более пристального исследовательского внимания к концептуальным платформам печатных и сетевых изданий, теле- и радиоканалов, определяющим уставы, кодексы и миссии редакций. Сформулированные концепции, по которым функционируют сегодня отдельные медиа, дают ключ к обнаружению подлинно-гностических намерений целых редакционных коллективов, чей авторитет по инерции никогда не подвергался сомнению. Одним из таких коллективов, чей неформализованный свод правил содержит множество идейных моментов, родственных, на наш взгляд, гностицизму, является журналистская корпорация ИД «КоммерсантЪ», созданная как газета для деловых людей в 1989 году выпускником международного отделения журфака МГУ Владимиром Яковлевым.

Особая хамоватая стилистика текстов «Коммерсанта», ригористическая форма подачи материалов, эксцентричность фотографий и нестандартность верстки, развязная бесцеремонность карикатур изначально, видимо, были призваны сформировать специфический дискурс существования страны, под покровом которого власть перейдет из рук широкой трудовой общественности в руки очень узкого «креативного» класса предпринимателей, составляющего полпроцента от всего населения. Этот факт подтверждается воспоминаниями самого В. Яковлева, который уверен, что «КоммерсантЪ» был частью изменения системы ценностей» (Екатерина Кронгауз. Яковлев: «КоммерсантЪ» был частью изменения системы ценностей https) накануне ликвидации СССР. В среде дискурсоведов уже давно стала аксиомой, не требующей доказательств идея о том, что «медиа конструируют пространство разделяемого опыта; это означает, что они предлагают чередующиеся репрезентации и интерпретации «порядка вещей» и за счет этого они влияют на представления об идентичности и сообществе» (Дубровская, Кожемякин 2017: 35). И в этом контексте было бы совершенно уместно говорить о журналистах ИД «Коммерсанта» как о настоящих «хозяевах дискурса», т.е. узкой группе стратегов, воспользовавшихся возможностью деконструкции реальности через перманентный взлом и перекодировку неких конвенциональных значений. Трудно не согласиться с Т.В. Дубровской и Е.А. Кожемякиным, что «масс-медиа трансформируют предмет дискурсной практики в соответствии с правилами присущего им кода» (Дубровская, Кожемякин 2017: 36). Далее мы попытаемся насколько это возможно расшифровать уникальный «Ъ»-код.

Еще раз подчеркнем, что нам представляется, что «Ъ»-код имплицитно фундирован гностическим отношением к реальности. Это проявляется в разных аспектах: творческой, коммерческой, управленческой, организационной и прочих составляющих деятельности издания. Подкрепить данное утверждение нам поможет замечательный по откровенности фильм Леонида Парфенова «С твердым знаком на конце» (С

твердым знаком на конце. Фильм Леонида Парфенова http), снятый по случаю столетнего юбилея газеты в 2009 г., а также целые россыпи интервью с учредителем данного проекта.

Начнем с того, что «коммерсантовцы» изначально культивировали дух клановой замкнутости не только для внутреннего пользования, но и для искусственного формирования выделенной из остального мира «обычных» людей избранной касты элитариев, якобы обладающей большим правом управлять процессами в «неправильном» (на тот момент советском) мире в собственных благородных целях. На одиннадцатой минуте фильма Л. Парфенова В. Яковлев простосердечно признается в прямо-таки конспирологических мотивах создания газеты: «Самое главное качество «Коммерсанта», - говорит он, - не информация, и не эмоция, это ощущение принадлежности: берешь в руки номер газеты, и ты чувствуешь, что через него ты принадлежишь к определенной социальной группе. Для этого нужна газета!». Ему вторит главный коммерческий директор «Ъ», ответственный за успех формата, верность которому хранят 20 лет, Демьян Кудрявцев: «Для деловой газеты и газеты серьезной важно не сколько людей живет в стране, а сколько обеспеченных, политически вовлеченных и в бизнес вовлеченных людей живет в этой стране. «КоммерсантЪ» получает всего того читателя, которого напополам с развитием капитализма в России успевает себе создать» (60-я мин.). Данный нюанс отсылает нас к гностическим орденским структурам прошлого, создававшимся на почве принципиального несогласия их адептов с тем, как устроен мир вообще. Принудительная сортировка и выбраковка людей, а также кластеризация общества с окончательным распределением социальных ролей, как кажется, – нехороший маркер, попирающий базовые начала подлинной демократии. Именно для гностиков во все времена было свойственно стремление отгородиться от «серой массы» безмолвствующего большинства непроходимой стеной мизантропического учения ради оптимальной реализации клубных интересов.

Кредо «Ъ»: плохие новости всегда идут лучше. Его сформулировал заместитель главного редактора издания Илья Булавинов: «Скандалы с «АвтоВАЗом» или газовая война с Украиной – все это милое дело, это же прочитается просто влёт» (22-я мин.). Другое кредо: «Если фото или новость для «Ъ» можно сделать за счет ковыряния в носу, окей, мы будем ковырять в носу» (24-я мин.). Брутальные наезды (как в случае с главой «Альфа-Групп» М. Фридманом), откровенные издевательства над фигурантами текстов «Ъ» (как в ситуации травли музыканта Ю. Башмета), подлость и несправедливость как стиль (пример заказной статьи против Е. Примакова) дискредитируют журналистское ремесло настолько, что самый опытный член клуба «Ъ» в кресле главреда А. Васильев вынужден иронично констатировать, что «в нашей стране оказалось, что журналистов не любят даже больше, чем евреев и банкиров» (54-я мин.). Дошло до того, что владелец этой условно качественной и безусловно желтой прессы А. Усманов признался, что читает «Ъ» с утра до завтрака, чтобы не портить аппетит (57-я мин.). Добавим, что неизменно гордый своим «объективистским (под «The New York Times») стилем» и своей «сухой информационной журналистикой» (9-я мин) «КоммерсантЪ» никогда не отказывался от участия в грязных

пропагандистских кампаниях наподобие выпуска политически-сатирического агитлистка «Не дай Бог!» в преддверии выборов Президента 1996 г. Не так важно, что «Ъ» таким образом воевал с коммунистами, важнее что именно ТАКИМ образом. Примечательно, что один из самых обласканных властью журналистов «Коммерсанта» того времени А. Колесников признался, что «это было лучшее время жизни, и дай Бог каждому заниматься такой пропагандой» (33-я мин.), хотя «история эта была к тому же еще и коммерческой» (32-я мин.). Форменным парадоксом звучат слова зам. главного редактора «Ъ-Власть» Вероники Куцылло о том, что «нельзя дружить с властью, поскольку мы с нею разные», тогда как вся страна знает, за какие заслуги А. Колесников удостоился чести войти в так называемый кремлевский пул. Беспринципными выглядят и факт поддержки коммерсантовцами оранжевых процессов на Украине 2005 г. (42-я мин.), и апробация под светскую хронику законов папарацци (43-я мин.), и трикстерская практика печатать послесудебные опровержения на пустых страницах вверх ногами (56-я мин.).

Как кредо можно рассматривать и провокативно-саркастическую культуру (так у В. Яковлева) заголовков в «Ъ», которые призваны испепелять все дотла, ниспровергать любой авторитет, издеваться и подвергать сомнению любую достойную мысль. Максим Ковальский, главред журнала «Коммерсант-Власть», вопрошает, теоретизируя на эту тему: «Почему так много заголовков, основанных на уже готовых речениях, на каких-то идиомах, названиях литературных произведений, строках из песен и т.д.?». И дальше – чопорное описание эффективного метода: «Это цитата, которую мы берем и коверкаем: «Секир Бишкек» (о революции в Киргизии), «Рауль в кустах» (о неизлечимой болезни Фиделя Кастро), «Удар ниже полюса» (об арктической экспедиции депутата ГД А. Чилингарова)» (27-я мин.). Думается, что каждому адекватному человеку понятна ущербная доблесть подобного рода как бы творческих приемов, за которыми в действительности распознается отсутствие воображения и элементарное гностическое человеконенавистничество. Все это внешне напоминает тактику сологубовского мелкого беса с жалкими каверзами, пустым вредительством, дешевым подлавливанием и провокациями. Однако в дискурсивном плане дело обстоит значительно сложнее. Через примитивизм заголовков и новояза, рождавшего такие модные потом в обиходе словечки, как «новый русский» или «любера», просматривается ничтожная попытка по-иному, в гротескно-перверсивном виде, сконфигурировать социальные, экономические, политические и культурные отношения. По сути, заголовки, типа «Зюг хайль» (о Г. Зюганове), или «Боря от ума» (о Б. Березовском), или «Референдум прошел. И плебисцит с ним», десятилетиями капая в благодатную почву сознания эксклюзивных читателей «Ъ», создавали у тонкой прослойки отечественной буржуазии стойкое стремление не строить нечто совершенно новое, но паразитировать на старых мощностях и классических образцах. Этим, к примеру, промышляли бизнесмены новой формации, скупая в эпоху приватизации по дешевке на залоговых аукционах 90-х бывшие народные предприятия с целью извлечения из них максимально быстрой прибыли, не вкладывая ни копейки. Другой пример – постперестроечная организация кинематографической индустрии, которая

функционируя в режиме «тяп-ляп», не в состоянии породить ничего, кроме быстрорастворимых комедий. Собственно, на таких медиа, как «КоммерсантЪ», как нам кажется, лежит ответственность за приход к власти в стране мародерской команды либеральных реформаторов-рыночников, применявших «шоковую терапию» к населению России как нечто само собой разумеющееся. В данном контексте звучит почти как покаяние в безнравственности фраза ответственного секретаря «Ъ» Елены Нусиновой: «Я не скажу вам, что она (газета) хорошая» (61-я мин.). Хотя, конечно, речь здесь идет не о морали, а о низком профессионализме сотрудников. А постоянным эпиграфом «Коммерсанта» могла бы стать максима, произнесенная А. Васильевым: «Зачем думать о вечном? – Этому меня научил «Ъ» (62-я мин.). Как говорит Л. Парфенов, «заголовок в «Коммерсанте», особенно первополосный, – это пароль для читателя» (26 мин.), добавим, - для «своего» читателя. Андрей Васильев, наиболее одиозный генератор коммерсантовского постмедианаследия, заговорщицки называет этот отборный контингент «нашими людьми» (28 мин.), поясняя, что это те, кто был вынужден по-барски продавать в пучину кризиса 1998 г. через прессу «шестисотый Мерседес» вместе с водителем. Иными словами, целевая аудитория «Ъ» есть своего рода сообщество возомнивших себя «белокурыми бестиями» распыленных индивидов, которых титаническим усилием вызвала из первичного небытия, выпестовала и сплотила сама газета. Интересно комментирует разбираемый факт Л. Парфенов, распространяя тему онтологического отсутствия аудитории «Ъ» в бытии не только на прошлое, но и настоящее, обнуляя тем самым все демиургические заботы коллектива издания: «Выходит, начавши газетой класса, которого нет, «КоммерсантЪ» сегодня – газета строя, которого нет, при том, что и класс толком-то не образовался» (59-я мин). И еще: «Узок круг этих писателей и читателей, но ведь их и пожалеть можно: до чего они одиноки» (63-я мин.). Хотя, если разобраться, то здесь журналист вступает в противоречие с самим собой, свидетельствовавшим ранее, что «Ъ» газета чуждая и антинародная – ни кроссворда, ни анекдотов, ни даже программы телепередач» (58-я мин.). А если так, то жаловаться на экзистенциальное одиночество бессмысленно, и духовно-гностический вакуум представляет собой естественное следствие проделанной огромной деструктивной работы.

Отцу-основателю «Коммерсанта», как известно, вскоре пришлось покинуть страну, с которой ему довелось сражаться четверть века. Однако гностическое настроение не удалось оставить в прошлом. В. Яковлев, являясь теперь гражданином другого государства, пытается конструировать и навязывать россиянам на расстоянии минорные взгляды на их историю. В интервью Д. Быкову он как бывший хозяин дискурса, по инерции, вероятно, полагая, что его мнение все еще ценно, скорбит, что шансов на спасение России мало, он устал, а Россия может не выдержать третьей по счету международной изоляции (Интервью. Владимир Яковлев – Дмитрию Быкову… http). В другом интервью В. Яковлев, кстати, одно время достаточно увлеченно исповедовавший оккультно-постмодернистское учение Карлоса Кастанеды, а сегодня курирующий сомнительный с психологической точки зрения и в каких-то чертах латентно-богоборческий проект «Возраст счастья», делится с нами симптомами гностической отчужденности,

сопровождавшими его по жизни: «Мне всегда было сложно общаться с людьми», «Я всегда ощущал себя немножко другим», «С детства чувствовал себя чужим» (Борисова Алла. Владимир Яковлев… http). Можно предположить, что подобного рода романтический квазидемонизм учредителя самой капиталистической газеты России не мог не отразиться на ее коммуникативных достоинствах, рождая нигилистическую модель взаимодействия с окружающим миром, который логичнее было бы разрушить, чем сохранить. Об опасностях подобного гностического формата функционирования четвертой власти, само собой, предупреждать совершенно излишне.

Список литературы:

Борисова Алла. Владимир Яковлев: «Инструкций нам не оставили» (Электронный ресурс). – Режим доступа: https://jewish.ru/ru/interviews/articles/180423/ (дата обращения: 15.09.2018).

Вопросы и ответы Юлии Латыниной (Электронный ресурс). – Режим доступа: https://latinina.livejournal.com/1366.html (дата обращения: 15.09.2018).

Дубровская Т.В., Кожемякин Е.А. Дискурс межнациональных отношений: конструктивистская парадигма // «Дискурс-Пи». Научный журнал. - №3-4 (28-29). – Декабрь 2017. – С. 31-44.

Екатерина Кронгауз. Яковлев: «КоммерсантЪ» был частью изменения системы ценностей (Электронный ресурс). – Режим доступа: https://ria.ru/media_Russia/20130924/964464101.html (дата обращения: 15.09.2018).

Интервью. Владимир Яковлев – Дмитрию Быкову: «Есть два варианта – плохой вероятнее» (Электронный ресурс). – Режим доступа: http://newrezume.org/news/2015-04-08-8266 (дата обращения: 15.09.2018).

Рэнд Айн. Атлант расправил плечи. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 1130 с.

Рэнд Айн. Источник. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 800 с.

С твердым знаком на конце. Фильм Леонида Парфенова (Электронный ресурс). – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=BMLdc89clvY (дата обращения: 15.09.2018).

Трофимова М.К. Гностицизм и христианство // Апокрифы древних христиан: Исследование, тексты, комментарии. – М.: Мысль, 1989. – С. 162-173.

Цуканов Е.А. Предтечи теории медиа в отечественной интеллектуальной традиции конца XIX - начала XX веков // Знак. Проблемное поле медиаобразования. Научный журнал. - №1 (27). – 2018. – С. 97-104.

Цуканов Евгений Александрович – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики и медиатехнологий анкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дзайна (г. Санкт-Петербург), *tsukanov_1975@inbox.ru*