

«Мистецтво expression» і мас-медійний дискурс України у контексті естетичної інформації /Свінціцька О.І. //Соціально-філософські та економічні аспекти співвідношення культури і інформаційного простору : зб. наук. праць / [за заг. ред к.філос.н. М.А. Журби]. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В.Даля, 2009. – С. 83-85. (3 с., 0, 2д.а.) (матеріали конференції)

*Олена Свінціцька,  
асистент кафедри редагування  
та основ журналістики,  
аспірант кафедри філософії  
Житомирського державного університету імені Івані Франка*

### **«Мистецтво expression» і мас-медійний дискурс України у контексті естетичної інформації**

В інформаційному суспільстві засоби масової комунікації – панівний засіб для розповсюдження повідомлень, які впливають на суспільну свідомість. Вони контролюють усе суспільне життя та його культуру, формують стереотипи масової свідомості. Преса «штампуює» погляди і смаки, але гірше за все – створює псевдореальність як дещо спрощену картину дійсності, розраховані на низький інтелектуальний і духовний рівні розвитку особистості. Основним методом зображення є, наразі, створення примітивної «одномірної» картини дійсності: доступної, стандартизованої, прогнозованої для такої ж «одномірної людини» (Т. Адорно). Варто зауважити, що на сучасному етапі для багатьох «майстрів пера» головним стає прагнення до зміни стереотипного творення одномірного сприйняття, збудження уваги методами парадоксального поєднання різноманітних речей.

Заперечення тотальної цінності раціоналізму та відмова від віри у загальноприйнятті авторитети приводять журналістів до «інтуїтивного поетичного мислення» з його асоціативністю, образністю, метафоричністю та миттєвими прозріннями інсайту, для якого основою виступає «мистецтво expression» (Б. Кроче). Такий погляд на світ насамперед пов'язаний з усвідомленням неможливості та марності встановлення будь-якого ієрархічного порядку, визначення сталих життєвих авторитетів у сучасному,

динамічному, а, особливо, передвиборчому суспільстві. Останнє в свою чергу декларує множинність, плюралізм та різноманітність. Це призводить до визнання маргіналізму з його установкою на периферійність щодо суспільства та його моралі. При цьому людська думка за екстремального перебігу подій набуває образно-спрямованого характеру, і для неї мають значення естетично-екстралінгвістичні чинники (О. Княжук).

Найприкметніша ознака сучасної журналістики – мікс документального і художнього медіа-дискурсу. При цьому реальне трансформується, а умовне формує контекст, і такий контекст стає цікавішим за саме повідомлення. Це означає, що подібний текст не лише розповідає про наявне, але й створює нову реальність. Звідси випливає, що дійсність – лише матеріал, з якого конструюється необхідний сюжет.

Специфічними рисами мас-медійного дискурсу як «мистецтва expression» сучасної інфосфери України варто назвати:

- ✓ активне залучення епітонімів, які здатні емоційно «заряджати» весь інформаційний простір повідомлення;
- ✓ апеляція до авторитета, що властива всім крилатим словам та висловлюванням (авторитетність першоджерела вислову впливає на емоції та уяву читача та допомагає втіленню задумів автора мас-медійного тексту);
- ✓ використання слів рекламних текстів, назв популярних шоу-програм (такі мовні одиниці дають оцінку подій та викликають певні емоції при оперті на комізм);
- ✓ побутування політичної метафори, яка дозволяє вправно маніпулювати суспільною свідомістю. (наприклад, вона прагне переконувати широкий загал у тому, що українське політичне життя – «космічне явище», «танці», «полювання», «хвороба», «магія», «казка», «кіно» чи «мультики»).

Отже, відбувається зміна засобів інформаційного моделювання світу й оцінки самого світу, який представлений у журналістському тексті.

Незважаючи на навмисну редукцію фактологічного матеріалу, інтерес до тексту підтримується «внутрішньою силою» стилю, заснованого на активному маніпулюванні людською чуттєвою сферою, експресією. Читання перетворюється у своєрідну розвагу, гру.

Варто акцентувати на виявленому нами цікавому факті: активне залучення до мас-медійного дискурсу «інтуїтивного поетичного мислення» доволі часто призводить до появи ознак кризи репрезентації і саморепрезентації – авторських самоповторів і неможливості побороти їх у межах певного творчого напрямку. В журналістській майстерності такі повтори, переходячи із тексту у текст, стають звичними для газетної мови та сприяють тиражуванню методу.

Як підсумок зауважимо, сучасна українська журналістика активно звертається до використання «інтуїтивного поетичного мислення» та «мистецтва expression». Це дозволяє використовувати мову у журналістиці, як засіб створення нової «одномірної» інформаційної реальності, для маніпулювання людською свідомістю. Однак, активне тиражування цього методу соціального навіювання, як ми виявили, спричиняє кризу творчості – авторські само повтори у мовних кліше, стереотипи мислення, шаблонність у вираженні думки.