

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого
Гуманитарный институт

Философский факультет
Кафедра теории, истории и философии культуры

**РЕЛИГИОЗНАЯ САТИРА КАК ТИП ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В
МЕДИЙНОЙ КУЛЬТУРЕ**

Междисциплинарная курсовая работа

«Социокультурное проектирование»

по направлению подготовки 51.03.01 «Культурология»

профиль «Управление в социокультурной сфере»

Научный руководитель:

_____ Т. А. Конарева

« ____ » _____ 2016 г.

Выполнила:

студентка группы 3611

_____ О. В. Федина

« ____ » _____ 2016 г.

Дата защиты: _____

Оценка: _____

Подпись руководителя: _____

Великий Новгород

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. ПРОЕКТИВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СПОСОБ КОНСТРУИРОВАНИЯ РЕАЛЬНОСТИ.....	5
1.1 Концептуальные подходы к определению сущности проектной деятельности.....	5
1.2 Субъектно-ориентированный подход к использованию религиозной сатиры в качестве механизма социокультурного проектирования.....	10
Глава 2. МЕДИЙНАЯ КУЛЬТУРА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ЯВЛЕНИЕ.....	13
2.1 Концептуальные подходы к анализу масс-медиа.....	13
2.2 Формы современной медийной культуры.....	17
Глава 3. Религиозная сатира в медийной культуре как способ конструирования реальности.....	22
3.1 Религиозная сатира.....	22
3.2 Религиозная сатира как вид проектной деятельности в медийной культуре	23
3.3 Феноменологический анализ примеров религиозной сатиры в медийном пространстве.....	26
Заключение.....	28
Список литературы.....	30
Приложение.....	33

Введение

Темой курсовой работы является сатира как тип проектной деятельности в современной медийной культуре. Данную тему, следует понимать как способ осознания роли сатиры в преобразовании духовных приоритетов.

Современная эпоха обращается к свободной критике, традиционных, в том, числе и религиозных ценностей. А сатира и её средства, как известно, достаточно жёсткая форма критики. Чаще всего в современных условиях религиозная сатира транслируется именно через медийную культуру – культуру, которая благодаря своей универсальности, охватывает сразу широкие слои потребителей и, следовательно, имеет больше всего шансов «быть потреблённой». Следовательно, возникает проблема определения проективного характера религиозной сатиры, транслируемой в медийной культуре, что и предопределило актуальность выбранной темы работы.

Цель работы состоит в анализе религиозной сатиры как типа проектной деятельности в современной медийной культуре.

Согласно поставленной цели были определены следующие задачи работы: раскрыть концептуальные подходы к определению сущности проектной деятельности; проанализировать субъектно-ориентированный подход к использованию религиозной сатиры в качестве механизма социокультурного проектирования; охарактеризовать концептуальные подходы к анализу масс-медиа; определить формы современной медийной культуры; проанализировать религиозную сатиру в медийной культуре как способ конструирования реальности.

Объектом работы является медийная культура.

Предметом – религиозная сатира в медийной культуре как механизм социокультурного проектирования.

Теоретическую основу работы составили труды ученых: П. Бергер, Н.В. Калашник, В.В. Кривошеев, Т. Лукман, А.Г. Пастухов, Я.Ю. Щербина и др.

При подготовке работы был осуществлен теоретический анализ современных отечественных источников, работа опирается на выявление концептуальных положений и научных подходов к изучению культурной политики.

Использовались общенаучные и специальные методы научного исследования, методы сбора, обработки и анализа информации.

Структура работы обусловлена характером исследования; работа состоит из введения, трех глав, заключения и литературы.

Глава 1. ПРОЕКТИВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СПОСОБ КОНСТРУИРОВАНИЯ РЕАЛЬНОСТИ

1.1 Концептуальные подходы к определению сущности проектной деятельности

В самом общем виде социальное проектирование представляет собой конструирование локализованного по месту, времени и ресурсам действия, направленного на достижение социально значимой цели. Как вид сознательной деятельности по решению той или иной социальной проблемы или группы таких проблем социальное проектирование социологично.

Возможность строить инновацию в социальной области не как тотальную («Государство» Платона, «Утопия» Т. Мора, идеологии социальных революций и т. п.), а как локальную во времени и пространстве, когда итог реализации проекта виден его инициаторам, а не только далеким потомкам, привел к существенной смене ориентиров социального управления и перехода уже начиная с 50-х годов XX века к более широкому применению технологии проектирования в социальной области. Такой переход обозначился на фоне осознания предпринимателями в странах с рыночной экономикой необходимости строить работу по проектам, появления огромного числа бизнес-проектов. В 1970-е годы большое число фирм стало развивать и использовать методы управления проектами на базе компьютерной обработки информации. Активизации работы по проектам способствовал рост масштабов и сложности предпринимательской деятельности, жесткая конкуренция. «Управление проектами» (Project Management) становится одним из перспективных направлений менеджмента [7, с. 262].

Однако в социальной области проектный способ организации деятельности реализовывался скромнее, менее системно и в известном отрыве теории от практики. Видимо, этому способствовало и то, что бизнес-проектное мышление (опережавшее технологические идеи социального проектирования и задававшее ему образцы) исходило из оценки успешности проекта по

показателям экономической эффективности (соответствия его окончательной стоимости объему выделенных ассигнований, величины экономии, размеров прибыли), а такой подход мало применим в социальной работе и другой деятельности социокультурного характера.

Наконец, в 1990-е годы мышление проектами становится одной из основ менеджмента, в том числе в социальной и культурной сферах. Но это уже иное мышление, чем было присуще проектировщикам прошлых лет: если раньше (например, для инженерной деятельности – с начала века) особенностью проектной деятельности была установка на немедленную конкретную реализацию проекта, то с 1970-х годов возобладала новая идея: цели проектирования могут быть определены «только после исследования ценностей, после определения будущей ценностной среды, нового ценностного мира, в который впишется реализованный проект». Осознание опасности человеческой деятельности для судеб человечества, если она выходит за пределы экологически допустимых границ, определило решительный перелом в концепции проектирования социальных нововведений и оценке социальных проектов.

Желаемые состояния будущего. Сущность социального проектирования – конструирование желаемых состояний будущего. Исходные вопросы социального проектирования – какие состояния желаемы и какие ресурсы есть для их достижения – в современных условиях раскрываются иначе, с иными акцентами и оттенками, чем еще 15-20 лет назад.

Проблема желаемого состояния общества приобрела явные черты экофобии. Социальный проект не должен разрушить хрупкое равновесие в системах «человек-природа», «человек-человек» – эта концептуальная установка ведет к установлению экологически ориентированных параметров при оценке социальных проектов.

Отсюда – стремление к оптимизации социально-проектной деятельности, ее постановки под контроль не столько государства, сколько общественности.

Идея участия населения в выработке и принятии решения по проектам, их корректировке, в недопущении произвольных социальных решений властей, администраций всех уровней или частных лиц стала одной из общепринятых основ практики социального проектирования во многих странах. Доктрина «public participation», развивающаяся в США и Европе с 1960-х годов, более всего затрагивает градостроительные решения. Доктрина строится на переходе от функционального к средовому (environmental) подходу – с активным участием жителей города в разработке и осуществлении социальных проектов.

Как представляется, новые особенности социального проектирования определяются прежде всего новым качеством мышления широких масс в развитых странах Европы и Америки, которые включают экофобный фон как основной для повседневной жизни большинства (или значимого большинства) жителей.

В российских условиях подобный фон также начинает складываться, но его параметры пока неустойчивы и масштабы подвержены значительным колебаниям [15, с. 171].

Современные концепции социально-проектной деятельности все в большей степени исходят из того, что человеческая детерминанта нововведений есть не некоторая предпосылка проектирования, его хоть и важный, но все же частный аспект, а сама суть социального проекта, его философско-социологическое основание. В этом направлении заметную эволюцию прошло проектирование технических нововведений.

Системотехническое проектирование, разумеется, не ушло в прошлое, однако нельзя не видеть, что его все больше оттесняет социотехническое проектирование, концепция которого исходит из того, что «главное внимание должно уделяться не машинным компонентам, а человеческой деятельности, ее социальным и психологическим аспектам». Гуманитаризация социотехнического проектирования ведет к образованию знаменательной тенденции: «Проектирование само становится источником формирования

проектной тематики и вступает тем самым в сферу культурно-исторической деятельности... Социотехническое проектирование – это проектирование без прототипов, и поэтому оно ориентировано на реализацию идеалов, формирующихся в теоретической и методологической сферах или в культуре в целом».

Такие характеристики, как представляется, отражают все более определенное смещение ядра (концепции, оценки результативности) социально-проектной деятельности в ценностную сферу. Именно в силу этого обстоятельства возникает возможность с новой точки зрения посмотреть на утвердившиеся у нас подходы к социальному проектированию [3].

Наиболее распространен объектно-ориентированный подход к социальному проектированию (термин Т. М. Дридзе). Этот подход был закреплен в теоретических разработках 1970–1980-х годов (Г. А. Антонюк, Н. А. Аитов, Н. И. Лапин, Ж. Т. Гощенко, И. В. Бестужев-Лада и др.). Социальный проект, с позиций такого подхода, имеет целью создание нового или реконструкцию имеющегося социального объекта. Объектом может быть некоторое сооружение, но также и социальные связи, отношения.

Социальное проектирование рассматривается как специфическая плановая деятельность, суть которой – в научно обоснованном определении параметров формирования будущих социальных проектов или процессов с целью обеспечения оптимальных условий для возникновения, функционирования и развития новых или реконструируемых объектов. В силу этого, в частности, диапазон социальных проектов «полностью совпадает с диапазоном социальных прогнозов и социальных нововведений».

Специфику объектно-ориентированного подхода составляет представление о закономерном характере проекта, о его научной обоснованности как объективности. Здесь и выявляется слабость концепции. Проблема состоит в толковании объективности и научности в социальной сфере. Детерминация социальных нововведений вариативна. Научная

обоснованность проектируемого объекта, таким образом, доказуема лишь в самых общих положениях и спорна в отношении конкретного управленческого решения [20].

Для проблемно-ориентированного подхода характерны: 1) рассмотрение объективных и субъективных факторов социального воспроизводства в качестве равноправных; 2) понимание проектирования как органичного и завершающего этапа социально-диагностической работы; 3) упор на обратной связи между диагностической и конструктивной стадиями процесса выработки решения. Именно эти обстоятельства позволяют характеризовать специфику рассматриваемого подхода – его проблемную (целевую, прогнозную) ориентацию. Несколько противоречиво утверждение, что данный подход (характеризуемый как целевой авторами) предусматривает перенос центра тяжести с «фактов целедостижения» на механизмы (способы) достижения целей (вопросы: как, за счет чего, какой ценой, т. е. с какими издержками предполагается достичь результата, отсюда – внимание к диалогу внутри группы проектантов, с населением, инвесторами, управленцами и т. д.), как и вытекающая отсюда оговорка, что прогнозное социальное проектирование – это не «жесткая» технология.

В таких положениях проглядывают недостатки концепции. Важнейший из них, как представляется, состоит в слабой практической применимости теоретически вполне правомерных тезисов (особенно эколого-гуманитарной ориентации концепции). Избыток теоретизирования соответствует установке на фактический перевод проектной работы в научно-исследовательскую и экспертную. Для разработки конкретного проекта в описаниях прогнозного социального проектирования не хватает собственно технологии. Она как бы остается принадлежностью узкого круга лиц: научное знание превращается в тайное знание.

1.2 Субъектно-ориентированный подход к использованию религиозной сатиры в качестве механизма социокультурного проектирования

Генеральная идея субъектно-ориентированного подхода к социальному проектированию состоит в признании тезауруса, ценностной системы создателя проекта источником проектной идеи. Этим не умаляется значение объективных факторов разработки и осуществления проекта (заказ, принятие управленческого решения, наличие ресурсов и т. д.) и, в частности, того обстоятельства, что в результате осуществления проекта возникает новый или трансформируется имевшийся социальный объект.

Субъектно-ориентированный подход к социальному проектированию не устраняет причинность и обусловленность проектов и проектной деятельности, а идея тезаурусов не означает утери связанности социальной среды. Напротив, тезаурусный подход объясняет связь эпох как дифференцированную передачу социальных эстафет, позволяет обосновать многообразие и многоуровневость социально-проектной деятельности, понять причины несовпадения замысла и исполнения, провала «сильных» и успеха «слабых» проектов [16, с. 43].

Тезаурусный подход устанавливает связь реальных импульсов и обстоятельств социального проектирования. Возьмем пример из прошлого. Создание И. И. Бецким проекта «Генеральное учреждение о воспитании обоего пола юношества», утвержденного Екатериной в 1764 г., в соответствии с которым были открыты воспитательные дома в Москве и Санкт-Петербурге, не может быть понят как деятельность по призрению детей-сирот. Замысел Воспитательного дома основывался на идее, почерпнутой проектировщиком у французских энциклопедистов: путем воспитания можно создать «нового человека», но для этого должно быть устранено влияние развращающей среды, в том числе семьи. Цель Бецкого, таким образом, не была целью детей-сирот, собранных в Воспитательном доме. Интересы детей вовсе не стимулировали в этом случае проектную деятельность. Итоги же проекта означали провал

именно цели Бецкого, хотя побочные эффекты оказались в социокультурном отношении немаловажными (в том числе начало профессиональной подготовки в России танцовщиков и балерин).

В современных условиях субъектная ориентация проектирования отражает и новые, ранее менее свойственные общественному устройству, черты. Наиболее важными для социально-проектной деятельности можно считать три особенности современной социальной организации европейского типа: падение регулирующей роли традиции, фрагментарность воспринимаемого мира, высокая скорость социальных изменений [20].

Падение регулирующей роли традиции, по Юргену Хабермасу, отмечается еще с начала XIX века, когда отношение к традициям становится критическим и выборочным. Следствием этого является высокая степень вариативности поведения, что на деле означает рост терпимости к отклонениям как эффект урбанизации жизни (безразличие к другим незначимым). Однако чем меньше внешних ограничений поведения, тем устойчивее выбор в рамках фундаментальных предпочтений, ценностных по своей природе. Этим, как представляется, во многом замещается делегитимация традиции как безусловного регулятора социального поведения. Стабильность предпочтений жизненных ценностей создает основу для стабильности реакций на те или иные социальные нововведения, а значит – и для прогнозирования таких реакций.

В наше время телевидение и другие средства телекоммуникации, продуцируя подобные эффекты, переструктурировали значимое событие, усилив в нем ценностно обусловленную избирательность при общей мозаичной картине. Зависимость коммуникации от внешних для нее средств (богатства, власти, престижа) создает благодатную почву для внедрения новых механизмов управления обществом путем манипуляции общественным мнением через средства массовой информации.

Скорость перемен приобрела характер дестабилизирующего фактора социальной жизни. Устойчивость воспринимаемого мира постоянно

подвергается дискредитации. Форс-мажор планируется как само собой разумеющийся не только в отношении природных катастроф, но и в отношении непредвиденных социальных изменений.

Из этих особенностей современного мира следует вывод: фрагментарность восприятия мира, слабая регуляция выбора поведения традицией, скорость общественных перемен требует того, чтобы социальные инновации были, во-первых, ограничены в масштабе, во-вторых, ограничены в ресурсах, в-третьих, ограничены во времени, в-четвёртых, реализовали интерес инициатора.

Глава 2. МЕДИЙНАЯ КУЛЬТУРА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ЯВЛЕНИЕ

2.1 Концептуальные подходы к анализу масс-медиа

Только на первый взгляд кажется, что масс-медиа возникли и существуют как исключительно журналистское явление.

Нужно отметить, что они играют значительно более широкую роль. Исследованиями масс-медиа занимаются философы, политологи, культурологи, филологи, психологи, представители многих других наук. Конечно, в их взглядах много отличного. Это обусловлено тем, что общий объект – масс-медиа – рассматривается с разных сторон. Но есть и общее. Это то, что касается общих закономерностей развития масс-медиа, путей оптимизации их деятельности.

Философы укажут прежде всего на те возможности масс-медиа, которые позволяют вести дискуссии в обществе, обмениваться мыслями, формировать общественное мнение. Или, напротив, изучают деструктивные возможности масс-медиа – идеологическое внушение, прививание нужных мыслей и взглядов.

Так, в научной литературе отмечается, что масс-медиа являются «концентрированным выражением идеи открытого политического дискурса, социальным институтом по организации межчеловеческого диалога, гражданского консенсуса» [5, с. 140]. Также считается, что масс-медиа являются медиаторами, то есть посредниками в обществе, средствами передачи информационных потоков от одной социальной группы к другой. Вместе с тем, многие из философов не соглашаются с той мыслью, что масс-медиа внутренне формируют наше сознание. Они считают, что сами масс-медиа являются частью той реальности, в которой мы живем, но требуют серьезного отношения потому, что могут привлечь внимание людей к любой проблеме.

Выделяются условия, которым должно удовлетворять понятия медиа в философско-этическом дискурсе. Например, информационное средство нельзя рационально разделить по его идеальному и материальному составу (иначе это приведет к путанице, в медиа неразрывно объединяются материальные и идеальные компоненты); оно должно трансцендентировать пространственную и временную связанность непосредственного опыта (расширяет возможности человека по передаче знаний, опыта, информации); должно собирать и создавать общественность (аудиторию); передает отсутствующее, но не как само по себе (то есть отсутствующее интегрируется в определенную структуру); создает определенный тип дистанции к предмету; создает особый тип близости (расширение горизонтов информирования); выражает позицию к отсутствующему; всегда держит отсутствующее в своем распоряжении (сохраняет, удерживает и оттягивает поток информации); инсценирует передаваемое; передает смысл.

Кроме того, считается, что понятие масс-медиа имеет тенденцию к расширению, и в дальнейшем понятием «масс-медиа» должны быть охвачены все общественные учреждения, использующие технические средства для распространения сообщений. Тут, прежде всего, имеются в виду результаты тиражирования любой печатной продукции для заранее не определенных адресатов. В случае общедоступности под категорию «масс-медиа» попадали также сообщения в эфире. При этом из поля массовой коммуникации в этом случае исключается общедоступность коммуникационного пространства (лекции, театральные и другие подобные представления, концерты, в том числе распространение материалов об этих выступлениях на кассетах и дисках).

Причиной такого ограничения является то, что только машинное производство носителей коммуникации привело к появлению масс-медиа, что для процесса массовой коммуникации технология имеет то же значение, что в сфере экономики опосредующая функция денег. Именно технологии распространения коммуникаций, которые исключали межличностные

интеракции в пользу массово-коммуникационной, лежали в основе обособления системы масс-медиа.

Таким образом, письменность сама по себе не создает массовую коммуникацию, но ее создает книгопечатание. Кроме того, высказывается мысль о том, что между отправителем и адресатами не может состояться непосредственная интеракция, которая исключена из-за посредничества техники. Разумеется, по итогам массовокоммуникационного обмена может состояться межличностная коммуникация и попытки обратной связи, однако, от нее уже не зависит успех планомерной коммуникации.

Так в сфере масс-медиа возникает самовоспроизводящая система, более не зависящая от передачи в процессе интеракций между присутствующими».

Масс-медиа – это «технические инструменты или аппараты, при помощи которых высказывания открытым, непрямым образом и в одностороннем порядке передаются дисперсной аудитории.

Культурологи определяют масс-медиа как современные технические средства доставки информации, которые синтетически объединяют синхронный (моментально «актуальная» трансляция по горизонтали общества) и диахронный (консервативно «историческая» трансляция по вертикали общества, то есть от поколения к поколению) планы передачи культурных сообщений. История культуры знает два больших шага в средствах передачи художественной коммуникации, шаги, которые изменили парадигму художественной культуры. Первый – переход от устного высказывания образной мысли к ее письменной фиксации, а второй – переход от письменного текста к изобразительно-звуковому выражению художественного образа. В сравнении с предыдущими коммуникационными формами масс-медиа имеют значительно больше возможностей консервирования и распространения произведений культуры, могут практически моментально доставлять их большой аудитории.

Филологи рассматривают в основном такой аспект функционирования масс-медиа, как язык и знаковые системы. При этом предметом особенного внимания является семиотика, потому что именно текст есть посредником между коммуникатором и аудиторией.

Для политологов массовая коммуникация – это, прежде всего, удобный канал связи с массовой аудиторией и возможность влиять на нее. «Краткий политический словарь» определяет масс-медиа как «разнообразные средства, которые выполняют массовые коммуникативные и развлекательные функции: газеты, журналы и другие печатные издания, телевидение, радио и кино» [8, с. 246].

При этом особое внимание обращается на такое условие успешной деятельности масс-медиа как высокий общий уровень грамотности, увеличение свободного времени и доступность средств для приема массово коммуникационной информации. Основной функцией медиа является развлекательная. Именно она дает наибольшую прибыль. Политологов же больше привлекает информационная функция медиа, их роль в формировании общественного мнения, дискуссионная площадка, которую они представляют основным группам общества. Медиа подвержены определенным формам контроля. В основном он проявляется через собственность, финансирование и лицензирование. Однако с развитием информационных технологий, несмотря на общую тенденцию к концентрации медиа-собственности, регулировать потоки массовой коммуникации становится все труднее. Поэтому верх берут тенденции к дерегулированию и приватизации (или обобществлению). Также следует иметь в виду, что в большинстве стран население в большинстве случаев индифферентно относится к политической информации.

Для социологической науки средства массовой информации – это совокупность современных каналов связи (пресса, телевидение, радиовещание, кино и др.), с помощью которых доносится разнообразная информация до

широкой общественности общества. При этом подчеркивается относительная самостоятельность масс-медиа и слабость обратной связи.

2.2 Формы современной медийной культуры

Медийная культура стала доминирующей культурой современного общества. Медийная культура с технологической точки зрения комплексное явление, включающее в себя различные средства, формы, виды коммуникативных технологий.

В научной литературе медийная культура определяется как техногенный феномен: совокупность технических информационно-коммуникативных средств (технологий), которые используют машинный способ продуцирования и распространения сообщений, тиражных и конвергентных по своей природе, рассчитанных как на массовое, так и на индивидуальное потребление.

Рассмотрим формы современной медийной культуры.

Медийная культура как понятие часто редуцируется, становится синонимом таких понятий, как «экранная культура», «аудиовизуальная культура», «электронная культура», «цифровая культура», «киберкультура», «мультимедийная культура» и т.д.

Экранная культура как понятие возникает в период становления и развития телевидения, а затем укрепляется в эпоху видео и компьютерной технологии. В этой парадигме системообразующим признаком экранной культуры становится экранное изображение, представляющее собой отображение реальной или вымышленной действительности на плоскости, ограниченной рамками кадра. Экранная культура шире таких понятий как «кинематографическая культура», «телевизионная культура», «видеокультура». Это собирательное понятие, интегрирующее культуру экрана в форме кадра.

Вместе с тем, если обратиться к реалиям, экранное изображение часто бывает статичным и нередко «немым». Например, современную цифровую фотографию можно чаще увидеть на экране (проектора, компьютера, телефона), чем на традиционном бумажном носителе. При этом далеко не всегда демонстрация фотографий сопровождается звукорядом (музыкой, шумами, речью).

Неправомерно ограничивать сферу экранной культуры только феноменами, «базирующимися на микропроцессорной информационной технологии», как это представлено у Н.Е. Яценко [14]. В этом случае из предметного поля экранной культуры выпадает такая ее часть, как традиционный кинематограф, явившейся родоначальником данной культуры.

Экранная культура – это система визуальных либо аудиовизуальных сообщений, объединенных экранным способом генерации и трансляции изображений в форме кадра.

Аудиовизуальная культура: смысловой акцент в этом понятии смещается в область комплексности воздействия сообщения на органы чувств человека. Визуальный и аудио ряд в таком сообщении воздействует на зрение и слух человека одновременно (комплексно). Этот термин также носит интегрирующий характер, заключая в себе все виды экранной культуры (кино, телевидение, видео, компьютерный экран и т.д.). Однако по своему содержанию понятие аудиовизуальной культуры выходит за рамки экранной культуры и распространяется на все сферы функционирования аудиовизуального образа. В них сообщение, чаще всего художественное, передается аудитории не через изображение, а напрямую через активизм реальных объектов.

Аудиовизуальная культура как понятие во многом синонимично понятию экранная культура. Говоря об аудиовизуальной культуре, чаще всего имеют в виду ее экранные формы, потому что общим началом для них является аудиовизуальная (звукоразительная) образность.

Аудиовизуальная культура в некоторых случаях не требует фиксации, для того, чтобы транслировать свои аудиовизуальные сообщения, например, прямое телевидение или радио. Таким образом, под аудиовизуальной культурой (в технологическом плане) следует понимать систему формируемых и транслируемых звуко-зрительных сообщений комплексно воздействующих на воспринимающую аудиторию. Именно комплексность данного воздействия является системообразующим фактором аудиовизуальной культуры.

Электронная культура: не может существовать без электронных устройств, которые приводятся в действие электрическим током (электронами). В толковом словаре русского языка дано такое определение электроники: «Электроника – наука о взаимодействии электронов с электромагнитными полями и о методах создания электронных приборов и устройств» [13, с. 757].

Первые электронные устройства, предназначенные для коммуникации, появились достаточно давно. Ими стали телеграф, телефон, радио и т.д. Поэтому вряд ли правомерно исторические границы возникновения электронной культуры обозначать серединой 20 века, в период массового распространения электронно-вычислительной техники.

Вместе с тем отдельные исследователи, говоря об электронной культуре, имеют в виду, прежде всего, современные информационно-коммуникативные технологии, главным образом цифровые. В частности, Л.В. Баева утверждает: «Электронная культура представляет собой совокупность результатов творчества и коммуникации людей в условиях внедрения IT-инноваций, характеризующаяся созданием единого информационного пространства, виртуальной формой выражения, дистанционной технологией, либеральностью контента» [17].

Подобным образом воспринимает электронную культуру В.В. Кривошеев: «Она охватывает электронные версии объектов культурного наследия... Электронная культура включает также произведения, которые изначально

создавались в электронной форме. К этой области культуры относятся также электронные библиотеки, музеи и архивы [9, с. 78].

Компьютерная культура неразрывно связана с функционированием компьютера как вычислительного устройства. Это культура производства компьютерной техники, культура создания компьютерных программ, культура пользователей и т.д. Системообразующим признаком компьютерной культуры как медиума является ее принадлежность к вычислительным операциям. Киберкультура зародилась в среде пользователей компьютерных сетей. Приставка «кибер» обозначает, прежде всего, принадлежность культуры к ЭВМ, искусственному интеллекту и виртуальному миру. Но системообразующим фактором киберкультуры, на наш взгляд, выступает все-таки включенность в сеть, которая является медиатором межличностного взаимодействия в форме чатов, блогов, компьютерных игр, электронной коммерции, новых видов искусства и т.д.

Мультимедийная культура как новая форма культуры, возникший на платформе компьютерной технологии, которая имеет способность генерировать, трансформировать, комбинировать, записывать, хранить и воспроизводить в нелинейной последовательности различные по своей природе среды: условно-графические, визуально-реалистические, звуковые.

Под мультимедийной культурой понимается «...особый вид компьютерной технологии, который объединяет в себе как традиционную статическую визуальную информацию (текст, графику), так и динамическую – речь, музыку, видеофрагменты, анимацию и т.п.» [12, с.]. В интерпретации другого исследователя мультимедийная культура предстает как «...совокупность средств, технологий, обладающих максимальной силой воздействия на потребителя... за счет аудиовизуальных образов (объединяющих текст, графику, речь, музыку, анимацию, видео и т.д...)» [4, с. 21-22]. В данных определениях упущено существенное качество мультимедийной культуры – интерактивность, потому что мультимедийная культура – совокупность

компьютерных технологий, обеспечивающих создание и потребление разнородных мультимедийных продуктов, обладающих интерактивными свойствами.

Глава 3. Религиозная сатира в медийной культуре как способ конструирования реальности

3.1 Религиозная сатира

Точное определение сатиры долго оставалось и отчасти остается камнем преткновения для теории литературы (как, впрочем, и сама сатира никогда не укладывалась в единую обобщающую теорию. И сегодня ведутся споры относительно того, чем следует считать сатиру – родом, жанром или особым художественным способом изображения. Изменяющаяся и неуловимая форма сатиры подчеркивается многими ее исследователями

Сатира – это особый принцип изображения действительности, имеющий многочисленные жанровые образования, возникшие в результате деформации структурных элементов, принятых в лирике, эпосе и драме.

Так, из лирики вышли: эпиграмма, лирический фельетон, юмористический рассказ, анекдот, сатирическая повесть и сатирический роман; из драмы – скетч, фарс, водевиль, сатирическая комедия. Данный принцип изображения основан на особой эстетической природе комического ... и представляет собой специфический способ выявления и художественного олицетворения противоречий реального мира.

Иными словами, сатира не жанр, не школа, но способ, прием подачи художественного материала в текстах разных жанров. Сатирой являются как искрометные эпиграммы из четырех стихотворных строк А.С. Пушкина, так и прозаическое произведение романного масштаба «История одного города» М.Е. Салтыкова-Щедрина. Сатира – направлена на улучшение критикуемой ситуации, «так нельзя». Сатира всегда конструктивна: чтобы указывать на то, как делать недопустимо, необходимо иметь представление о том, как делать правильно [6, с. 205].

Сатира – особая, свойственная всем литературным жанрам, форма художественного отображения действительности - обличение и высмеивание

отрицательных, внутренне превратных явлений жизни. В этом случае о сатире можно говорить как о типе художественного пафоса. Особой разновидности комического: уничтожающем осмеянии предмета изображения, раскрытии его внутренней несостоятельности, несоответствия своей природе или предназначению.

Под религиозной сатирой понимается как стихотворное произведение в античности и литературе классицизма, осмеивающее пороки, недостатки так и жестокое, бичующее, издевательское обличение людских пороков и недостатков общественной жизни, а также произведения, содержащие такое обличение. Религиозная сатира отрицает, казнит несовершенство религиозного мира во имя его коренного преобразования в соответствии с идеалом. Приведённые выше определения позволяют нам назвать следующие дифференциальные признаки религиозной сатиры, такие как отображение действительности, несоответствие, противоречие нормам, разоблачение антиценного явления (поведения, характера и др.), обличительное, жестокое отношение к предмету осмеяния. Для религиозной сатиры смех обличительный, средство развенчания недостатков.

Религиозная сатира может быть очень острой, но при этом будут высмеиваться конкретные недостатки, целью же публикации является действие на их устранение.

3.2 Религиозная сатира как вид проектной деятельности в медийной культуре

А распространение в СМИ карикатур на религиозную тематику может быть расценено оскорбительным или унижающим достоинство представителей религиозных конфессий и объединений, квалифицировано как разжигание национальной и религиозной розни, что является прямым нарушением законов «О средствах массовой информации» и «О противодействии экстремистской деятельности». Публикации в российских СМИ карикатур подобного

содержания вступают в противоречие с этическими и морально-нравственными нормами, выработанными за века совместного проживания на одной территории представителей разных народов и религиозных конфессий.

Позиция государственных органов власти, в том числе контрольно-надзорных в сфере СМИ в отношении карикатур религиозной тематики всегда была однозначна и последовательна. Указанная позиция и правоприменительная практика сформировались ранее и были одобрены экспертным и отраслевым сообществом. Так, в 2006 году органами прокуратуры и надзора в сфере СМИ были приняты меры по недопущению распространения в Российской Федерации карикатур, опубликованных ранее в датской газете *Jyllands-Posten*. В 2008 году, в том числе за публикацию карикатуры на пророка Мухаммеда было вынесено официальное письменное предупреждение редакции журнала «Newsweek (Ньюсвик)» (Москва) [19].

В связи с вышеизложенным Роскомнадзор, выражая безусловную солидарность с противниками любых проявлений экстремизма и терроризма, просит СМИ Российской Федерации воздержаться от публикации карикатур, которые могут быть расценены как нарушение норм российского законодательства.

В продолжение вопроса интересно отметить, что на фоне терактов в редакции французского издания *Charlie Hebdo* и митингов в Чечне против карикатур на пророка Мухаммеда подумывает о том, чтобы лишать СМИ лицензии за карикатуры на религиозные темы.

Как сообщил ТАСС со ссылкой на источник, близкий к правительству, ситуация с распространением «оскорбительных» карикатур находится под постоянным мониторингом. Ряду СМИ ранее были вынесены предупреждения за подобные изображения – в частности, претензии появились к газете «Мурманский вестник» и portalу «Республика».

Ранее первый заместитель председателя комитета Госдумы по делам общественных объединений и религиозных организаций Михаил Маркелов

(«Единая Россия») заявил, что Европа отстала от России на десятилетия в плане уважения чувств верующих.

Отметим, что ранее во Франции произошли теракты, которые вызвали большой общественный резонанс. В результате теракта в редакции юмористического журнала Charlie Hebdo погибли 12 человек. Ответственность за теракт взяло на себя йеменское отделение «Аль-Каиды». Нападение на редакцию издания было совершено в связи с тем, что Charlie Hebdo публиковал карикатуры на пророка Мухаммеда.

В розыск по итогам расследования были объявлены братья Шериф и Саид Куаши. 9 января они были обнаружены в 50 км к северу от Парижа. Террористов застрелили при штурме типографии, где они забаррикадировались. Практически одновременно со спецоперацией по ликвидации братьев Куаши французские силовики провели штурм здания магазина кошерных продуктов у Венсенских ворот в Париже. Там 32-летний исламист Амеди Кулибали, который за день до того застрелил сотрудницу полиции, захватил заложников. Он был убит полицией. В ходе теракта погибли четыре человека.

Между тем Charlie Hebdo продолжило публиковать сатирические изображения на религиозные темы: в номере, вышедшем 14 января, вновь появилась карикатура на основателя ислама.

Позднее в бельгийском Вервье были ликвидированы несколько исламистов, предположительно, связанных с Амеди Кулибали. На границе Франции и Италии задержали двух радикалов, покинувших Бельгию после операции в Вервье [18].

Интересно, что в современном обществе появляются и такие точки зрения, в соответствии с которыми считается, что «в сравнении с тем, сколь неистово оскорбляются «неверные» в основополагающих религиозных писаниях, вся (анти) религиозная сатира последних десятилетий вместе взятая выглядит невинными шуточками. В этом свете у нерелигиозных людей оказывается куда больше оснований чувствовать себя оскорбленными в своих

мировоззренческих чувствах. Очевидно, их мировоззренческие чувства все же значительно менее подвержены травмам, чем чувства религиозные» [22].

Тема религиозной сатиры актуальна для многих стран, так, например, за последние десятилетия религиозная сатира в Иране, в том числе в Зенджане, укрепляется и развивается. Причем каждое событие в религиозной жизни общества рассматривается с точки зрения соответствия его требованиям шариата. Это относится и к стихам с политической окраской [11, с. 180].

3.3 Феноменологический анализ примеров религиозной сатиры в медийном пространстве

В качестве примера рассмотрим аспекты религиозной сатиры в России в период советского времени. Так, вопросы воспитания трудящихся находились в центре внимания Коммунистической партии.

«В борьбе за победу коммунизма идеологическая работа становится все более мощным фактором, – говорилось в новой Программе КПСС. – ...Партия считает главным в идеологической работе на современном этапе – воспитание всех трудящихся в духе высокой идейности и преданности коммунизму, коммунистического отношения к труду и общественному хозяйству, полное преодоление пережитков буржуазных взглядов и нравов, всестороннее, гармоническое развитие личности, создание подлинного богатства духовной культуры».

Руководствуясь решениями XXII съезда КПСС, Коммунистическая партия обеспечила новый подъем воспитательной работы в массах, повела советскую общественность в решительное наступление против «пережитков» прошлого, против предрассудков и привычек, сложившиеся между людьми социалистического общества.

К числу наиболее вредных и в то же время наиболее живучих пережитков отнесли и религиозные верования и обычаи [10, с. 312].

После победы Великой Октябрьской социалистической революции Коммунистическая партия в предельно сжатые исторические сроки добилась преодоления религиозных предрассудков и суеверий в сознании большинства советских граждан. Если до 1917 года царская Россия считалась, согласно официальной статистике, одной из наиболее религиозных стран Европы, то уже к середине 30-х годов Советский Союз стал первым в истории человечества государством, где абсолютное большинство населения полностью порвало с религией и церковью.

В период Великой Отечественной войны и в первые послевоенные годы процесс отхода верующих от религии несколько замедлился, произошло известное оживление интереса к религии со стороны наименее сознательной части населения.

Во всей своей деятельности, выстраиваемой в рамках религиозной сатиры, использовалось искусство социалистического реализма, животворной идейной основой которого является марксистско-ленинское мировоззрение, атеистично по своей природе.

Советским художникам первым, как отмечалось в литературе советского периода, «выпало счастье быть современниками и активными участниками борьбы за полное освобождение сознания людей от религиозных предрассудков и суеверий, борьбы, которая является неотъемлемой составной частью строительства социалистического, а в наши дни – коммунистического общества» [21].

Антирелигиозные произведения советских художников создавались в духе религиозной сатиры.

Заключение

В самом общем виде социальное проектирование представляет собой конструирование локализованного по месту, времени и ресурсам действия, направленного на достижение социально значимой цели. Современные концепции социально-проектной деятельности все в большей степени исходят из того, что человеческая детерминанта нововведений есть не некоторая предпосылка проектирования, его хоть и важный, но все же частный аспект, а сама суть социального проекта, его философско-социологическое основание.

Субъектно-ориентированный подход к социальному проектированию не устраняет причинность и обусловленность проектов и проектной деятельности, а идея тезаурусов не означает утери связанности социальной среды.

Сегодня масс-медиа играют широкую роль, а исследованиями масс-медиа занимаются философы, политологи, культурологи, филологи, психологи, представители многих других наук. Конечно, в их взглядах много отличного. Это обусловлено тем, что общий объект – масс-медиа – рассматривается с разных сторон. Но есть и общее. Это то, что касается общих закономерностей развития масс-медиа, путей оптимизации их деятельности.

Медийная культура стала доминирующей культурой современного общества, с технологической точки зрения это комплексное явление, включающее в себя различные средства, формы, виды коммуникативных технологий. Это техногенный феномен: совокупность технических информационно-коммуникативных средств (технологий), которые используют машинный способ продуцирования и распространения сообщений, тиражных и конвергентных по своей природе, рассчитанных как на массовое, так и на индивидуальное потребление.

В работе рассмотрены такие формы современной медийной культуры, как «экранная культура», «аудиовизуальная культура», «электронная культура», «цифровая культура», «киберкультура», «мультимедийная культура» и т.д.

Религиозная сатира отрицает, казнит несовершенство религиозного мира во имя его коренного преобразования в соответствии с идеалом, это отображение действительности, это несоответствие, противоречие нормам, это разоблачение антиценного явления (поведения, характера и др.), это обличительное, жестокое отношение к предмету осмеяния. Для религиозной сатиры смех обличительный, средство развенчания недостатков.

В работе рассмотрены следующие проявления религиозной сатиры в медийной культуре. В связи с терактами в Париже 7-9 января 2015 года, спровоцированными публикацией в журнале Charlie Hebdo карикатуры пророка Мухаммеда. Публикации в российских СМИ карикатур подобного содержания вступают в противоречие с этическими и морально-нравственными нормами, выработанными за века совместного проживания на одной территории представителей разных народов и религиозных конфессий. В 2006 году органами прокуратуры и надзора в сфере СМИ были предприняты меры по недопущению распространения в Российской Федерации карикатур, опубликованных ранее в датской газете Jyllands-Posten. А на фоне терактов в редакции французского издания Charlie Hebdo и митингов в Чечне против карикатур на пророка Мухаммеда подумывает о том, чтобы лишать СМИ лицензии за карикатуры на религиозные темы. Кроме того, тема религиозной сатиры актуальна для многих стран, так, например, за последние десятилетия религиозная сатира в Иране

В качестве примера также рассмотрены аспекты религиозной сатиры в России в период советского времени. Так, вопросы воспитания трудящихся находились в центре внимания Коммунистической партии. Так, к числу наиболее вредных и в то же время наиболее живучих пережитков отнесли и религиозные верования и обычаи, а антирелигиозные произведения советских художников создавались в духе религиозной сатиры. Можно сделать вывод, что религиозная сатира как вид проектной деятельности в медийной культуре может являться успешным методом конструирования моделей мира

человека на основе уже имеющихся или намеренно спроектированных ценностных ориентаций. Религиозная сатира в медийной культуре является важным механизмом социо-культурного конструирования реальности, поскольку даёт возможность актуализировать определённый пласт ценностей и, через призму юмора, транслировать данные ценности широкой массе людей.

Список литературы

1. Федеральный закон от 25.07.2002 № 114-ФЗ (ред. от 23.11.2015) «О противодействии экстремистской деятельности» // «Российская газета», № 138-139, 30.07.2002
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 05.04.2016) «О средствах массовой информации» // "Российская газета", N 32, 08.02.1992.
3. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.
4. Елинер И.Г. Развитие мультимедийной культуры в информационном обществе. Санкт-Петербург: Искусство России, 2010. 278 с.
5. Иванов В.Ф. Массовая коммуникация. Киев: Центр свободной прессы, 2013. 902 с.
6. Калашник Н.В. Соотношение юмора, сатиры, комического // Наука и современность. 2010. № 6-2. С. 204-208.
7. Карповцева А.С. Социологический анализ понятия «проект» в социальном проектировании и управлении // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2010. Т. 85. № 6-2. С. 252-262.
8. Краткий политический словарь. М.: Издательство политической литературы, 1987. 510 с.
9. Кривошеев В.В. Электронная культура: необходимость междисциплинарного подхода к изучению // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2013. № 6. С. 77-81.
10. Луков В.А., Федотов О.И. Сатира // Знание. Понимание. Умение. 2013. № 2. С. 312-316.
11. Моллаи Б.А.О. социально-психологические основы становления религиозно-политической сатиры в Иране в XX веке // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: педагогика, психология. 2013. № 3 (14). С. 180-182.

12. Пастухов А.Г. О границах медиа: новые медиа и новая медийная культура // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2015. № 1. С. 182-188.
13. Словарь русского языка: в 4-х т./ под ред. А.П. Евгеньевой. 2-е изд. исп. и доп. Москва: Русский язык, 1981-1984. Т.4. 1984. 794 с.
14. Толковый словарь обществоведческих терминов. Н.Е. Яценко. Санкт-Петербург: Лань, 1999. 528 с.
15. Целищева З.А., Литвякова Е.А. Значение и роль инновационной деятельности в социальном проектировании // Деятельностное понимание культуры как вида человеческого бытия: Сб. науч. тр. Нижневартовск: Нижневартовский государственный университет. 2013. С. 171-172.
16. Щербина Я.Ю. Проектное сознание в социальном проектировании сегодня // Вестник науки и образования. 2016. № 1. С. 42-43.
17. Баева Л.В. Электронная культура: опыт философского анализа [Электронный ресурс] // Вопросы философии, № 5, 2013. Режим доступа: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=753&Itemid=52 (дата обращения: 21.05.2016).
18. Роскомнадзор пригрозил СМИ лишением лицензии за распространение карикатур на религиозные темы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.newsru.com/russia/21jan2015/roskomnadzorkarikatura.html> (дата обращения: 21.05.2016).
19. Роскомнадзор призвал не публиковать религиозные карикатуры [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ru.wikinews.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BD%D0%B0%D0%B4%D0%B7%D0%BE%D1%80_%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B2%D0%B0%D0%BB_%D0%BD%D0%B5_%D0%BF%D1%83%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D1%8C_%D1%80%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D0%B3%D0%B8%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%BA%D0%B0%D1%80%D0%B8%D0%BA

- %D0%B0%D1%82%D1%83%D1%80%D1%8B (дата обращения:
21.05.2016).
20. Луков В.А. Тезариусная основа социального проектирования. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.zpu-journal.ru/gumtech/projection/articles/2007/Lukov/3/> (дата обращения: 18.05.2016).
21. Михновский Д. Оружием сатиры против религии. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sovtor.com/viewtopic.php?t=184822> (дата обращения: 21.05.2016).
22. Шмидт-Саломон М. Уважение? Чего? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://saint-juste.narod.ru/respect.html> (дата обращения: 21.05.2016).

Приложение 1.

Паспорт проекта:

1. имя проекта: **РЕЛИГИОЗНАЯ САТИРА КАК ТИП ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИЙНОЙ КУЛЬТУРЕ**

2. Дата принятия решения о разработке проекта: 08.02.2016

3. Разработчик: Федина О.В.

4.

-Цели: выявить специфику религиозной сатиры, выступающей в качестве метода осуществления социо-культурного мегапроекта, направленного на изменение социальных контекстов.

-Задачи:

а) изучить концептуальные подходы к определению сущности проектной деятельности

б) обосновать использование субъектно-ориентированного подхода к использованию религиозной сатиры в качестве механизма социо-культурного проектирования

в) выявить особенности медийная культура как социо-культурного явление

г) выявить особенности религиозной сатиры в медийной культуре как способ конструирования реальности

д) провести феноменологический анализ примеров религиозной сатиры в медийном пространстве

-Сроки: май 2016

5. Перечень подпроектов:

6. Исполнитель: Федина О.В.

7. Ожидаемые результаты: выявление специфики религиозной сатиры, выступающей в качестве метода осуществления социо-культурного мегапроекта, направленного на изменение социальных контекстов.

8. Контроль: консультации с научным руководителем Конаревой Т.А.