

**Броварская Анастасия Олеговна**

магистрант

Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный

университет им. В.И. Вернадского»

г. Ялта, Республика Крым

## ТОПОС МЕДИА В СОВРЕМЕННОЙ ПРОЗЕ

***Аннотация:** в статье рассматриваются поэтологические особенности топоса медиа на материале произведений современной литературной прозы. Небезосновательным является то, что топос медиа в соответствии с нормами медиатекстов является интенциональным феноменом современного медиапространства. Доказывается то, что топос медиа представляет собой индивидуально-авторскую картину мира.*

***Ключевые слова:** топос, медиа, массовая коммуникация, общественное сознание.*

Начиная с XX века и по настоящее время происходит яркое развитие медийных технологий, которые дали толчок в формировании нового пространства информационной культуры.

Массовая коммуникация – это сложный, многоаспектный феномен, который представляет собой то пространство, в котором люди создают жизненные ориентиры, осознают важность повседневной жизни и картины мира.

Каждый человек изо дня в день наполняется новой информацией. В наше время информация живёт в медиапространстве, так же как и мы.

Автором и теоретиком основных положений о медиа называют Маршала Маклюэна. Именно он ответил на вопросы, касающиеся медиа и нешего взаимодействия с ним. Термин медиа является синонимом понятия массмедиа, которое есть, в свою очередь, чужой, поскольку человек выступает в роли потребителя [2].

Массмедиа оказывает огромное влияние на общественное сознание, тем самым показывая то, что медиа занимают стойкие позиции в современном культурном пространстве. Сегодня нельзя оспорить то, что медиакultura является посредником между государством и обществом, властью и социумом.

Ценность медиа, особый его статус подтверждает тот факт, что это культурный феномен является одним из главных топосов в современной литературе.

Исследование топоса занималось множество учёных-литераторов, среди них следует отметить Э.Р. Курциуса, Л. Арбузова, Р. Бахема, Р. Лохманна, Р. Грубеля.

Согласно Э.Р. Курциусу, автору фундаментального труда «Европейские литературы и латинское средневековье», топосы – твёрдые клише или схемы мысли выражения, запечатлевающие формулы, фразы, обороты, цитаты, стереотипные образы, эмблемы, унаследованные мотивы. Топос срывается с пера сочинителя как литературная реминисценция. Ему присуще временное и пространственное всеприсудствие. В этом внеличностном стилевом элементе мы касаемся такого пласта исторической жизни, который лежит глубже, чем уровень индивидуального изобретения

Целью нашей работы является определение поэтологических особенностей и концептуально-эстетического своеобразия топоса медиа на примере романа Ильи Стогова «Эра суергероев». Выбор предмета исследования обусловлен тем, что данные произведения являются значимым в современном литературном процессе и, кроме того, представляют интерес с точки зрения

исследуемого нами вопроса.

Создаваемые сегодня медиатексты имеют, по мнению лингвистов, отличительные, но в то же время устойчивые характеристики, которые дают нам возможность рассматривать медиатексты в едином стилистическом континууме медийного пространства.

Топос медиа в анализируемом нами произведении Ильи Стогова «Эра супергероев», представляет собой проекцию индивидуально-авторского видения

роли медиа в истории общества : «История книгоздания напоминает то, как растёт цунами : сперва вознесённая до небес волна, а потом хоп! – и лишь соленые брызги да мелкие водоворотики на поверхности моря».

Изложение взаимосвязанных событий, представленные читателю в виде последовательности слов или образов, так называемый нарратив составляет одну из важнейших частей топоса медиа в романе «Эра супергероев». Илья Стогов представляет альтернативный взгляд на мировую историю возникновения медиа. В лёгкой, иногда, фамильярной манере, автор разложил по полочкам историю литературы и секреты коммерческого успеха и на сколько читателями легко манипулировать : «Всё, что пишут в книгах, газетах, есть ложь. Тем более ложь то, что показывают на ТВ. Этот мир вообще устроен не так, как вы привыкли думать. Но я попробую рассказать вам как» [3, с. 4].

Автор доводит возможность медийного манипулирования до совершенства, определяя сакраментальный статус медиа в структуре культурного и социального пространства. Илья Стогов в романе показывает, что развитие медиаиндустрии привело к тому что «рядом с миром, который, как считалось, сотворен Богом, вдруг появилось очень много совсем новых миров» [3, с. 169].

Текст в данном произведении является базовой структурой информационного ресурса индивидуального человеческого сознания. В книге И. Стогова роль журналистов соизмерима с ролью наиболее влиятельных людей в обществе: « Именно пресса по собственной воле начинала и заканчивала войны между государствами. Именно она создавала политические партии, а потом одной-единственной передовицей их уничтожала» [3, с. 136].

Роман «Эра супергероев. История мира в 5 журналах и 3 комиксах» представляется нам как произведение с ярко выраженной гипертекстовой структурой. Основой гипертекстовой информационной системы романа «Эра супергероев. История мира в 5 журналах и 3 комиксах» является базовый массив состоящий из информационных объектов: заголовки, эпиграфы, тексты. Этот массив можно рассматривать как упорядоченные текстовые фрагменты, объединённые логикой повествовательной фабулы. Роман расчленён на главы с

эпиграфами, образующие смысловые фрагменты, которые соединены лишь на первый, формальный взгляд в некую линейную последовательность повествования, продиктованного фабулой.

В книгах отображен процесс формирования информационного контента с учетом читателей и зрителей. При этом предпочтения аудитории сводятся, как правило, к непристойным темам, а порою ими же и ограничиваются. Читательские настроения публики воссозданы при помощи стилистически сниженной и просторечной лексики. В книгах воссозданы основные стратегии манипулирования общественным сознанием, которые герои используют для воздействия на адресата речи и, в частности, на эмоциональную сферу человека. Процесс коммуникативного воздействия основывается, как правило, на приемах языкового манипулирования.

Таким образом, в проанализированном тексте И. Стогова топос медиа представляет собой индивидуально-авторскую форму концептуализации действительности. В структурировании художественного медиапространства использована стилистически сниженная лексика, посредством которой актуализирован маргинальный характер массмедиа в структуре современного информационного пространства. Синтезируя эмоциональную составляющую общественного сознания, топос медиа вместе с тем выступает в роли основного параметра общественного размышления.

### ***Список литературы***

1. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М., 2006. – 448 с.
2. Махов А.Е. Топос / А.Е. Махов// Литературная энциклопедия терминов и понятий / Под ред. А.Н. Николюкина. – М., 2001.
3. Стогов И. Эра супергероев. История мира в 5 журналах и 3 комиксах. – М.: Астрель: АСТ, 2010. – 256 с.