



УДК 1:316.3  
ББК 87.633.3

## СОЦИАЛЬНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ МАСС-МЕДИЙНОГО ПРОСТРАНСТВА В ЭПОХУ ПОСТМОДЕРНА

Д.И. Чистяков

Статья посвящена анализу социальных проблем постсовременного общества, связанных с коммуникативным и информационным масс-медийным пространством. Рассматривается специфика социального в эпоху постмодерна во многом определяемая непрерывными потоками масс-медийной информации, циркуляцией образов, символов, симулятивных знаков, что приводит к качественно иным формам социальных взаимодействий. Особая значимость придается процессам личностной идентификации и возможности получения объективного знания в постсовременную эпоху.

**Ключевые слова:** *масс-медиа, средства массовых коммуникаций, постмодерн, социальное, медийная информация, симулякр, гиперреальность.*

В рассмотрении социума постсовременности прежде всего надо исходить из того, что человек этой эпохи включен в коммуникационные отношения иного характера, нежели в период модерна. Сегодня субъект вовлечен в бесконечно циркулирующие потоки информации, для производства и передачи которых и создавались средства, которые даже терминологически отражают их назначение: «средства массовых коммуникаций», «масс-медиа», «средства массовой информации». В 1920–30-е гг. «ранние» масс-медийные структуры (газеты, журналы, кино, радио), как и их продукты, формировались для широкого, массового, потребления. Подчеркнем, что сами термины «масс-медиа», «массовые коммуникации» появляются в начале двадцатого века, исходя из необходимости объяснения нового историко-социального феномена – современного мира. Масс-медиа, как открытое пространство коммуникаций, уже в ранний период постепенно при-

обретали ключевую значимость и претендовали на сущностное основание совершенно нового общества, связанного с развитием промышленности, установлением национальных государств в их борьбе с империями, урбанизацией, новыми политическими и религиозными идеями и т. д. [8, с. 4]. Возникающие масс-медиа зарождались в контексте социокультурных трансформаций и противоречий на международной арене первой четверти XX века и оставались глубоко вовлеченными/вкорененными в традиции культуры и общественного развития западных национальных государств.

Средства массовой коммуникации к началу XXI столетия претерпели радикальные изменения и связаны с глобализацией, информатизацией и технократизацией общества. Вместо так называемых «традиционных» масс-медиа появляются новые медийные формы (Интернет, мобильные технологии, альтернативные информационные и социальные сети), которые конституируют, определяют сегодня общественную жизнь и жизнь отдельного человека. Индивид включен не только во всепроникающие потоки информации, но и саму систему по производству медийной продукции, которая мощно формирует общественное сознание, одновременно мани-

пулируя им и создавая феномены «общественного мнения», зачастую иллюзорные, мифологичные, «гиперреальные» (Ж. Бодрийяр). Элитарный потребитель, субъект-одиночка, анализирующий поступающую информацию и рефлексирующий над происходящими событиями и свершившимися фактами, – сегодня скорее исключение, чем правило в цеписоздаваемых и передаваемых масс-медийных сообщениях.

Современная эпоха (как терминологически ее ни обозначать – «поздний модерн», «рефлексивный модерн», «постмодерн») существенно изменяет состояние человека, его способности и восприятия окружающего мира, рефлексивные формы получаемого знания. Масс-медийные продукты весьма специфически воздействуют на человека. Создаваемые средствами массовой информации сообщения, образы, символы и знаки не только формируют основы восприятия социальных фактов и процессов, но и становятся средством, «ключом» для познания современной реальности, а иногда могут замещать и саму реальность в сознании человека. Так общество в традиционном его понимании, согласно Ж. Бодрийяру, постепенно замещается «киберпротезом» – виртуальной реальностью симулятивными, имитирующими, действиями субъектов, доминированием симулякров, иллюзорным общением и взаимодействием людей.

Значительно отличаются от предшествующей эпохи самоидентификация человека и ощущение его включенности в действительность, значимость собственного «Я» в динамично сложном социуме. Постмодерн привносит определенное состояние диссонанса с унаследованным от прошлого периодом ощущением стабильности, внутренней уверенности в собственной необходимости обществу, надежности и перспективе своего существования. Вместо традиционно-обозначенных ориентаций в мире (по выбору профессии, получаемому образованию, нравственной и религиозной самооценке и т.д.) приходит неустойчивость, хаотичная рассредоточенность социальных ролей, индивидуализация и дезинтеграция социального пространства. Человек находится в обществе, где разрушены прежние взаимосвязи, модели поведения, где весьма условно само понятие ценности, т.к. в

бесконечном рассеянии, дроблении, воспроизводстве искусственных артефактов исчезают критерии ценностей и аксиологические оценки. По образному замечанию Ж. Бодрийяра культура, средства массовой информации, реклама достигают в таком обществе состояния «ксерокса» [3, 4].

Индивид в названном контексте вынужден ежедневно выполнять множество социальных ролей, похожих скорее на социальные «игры» с быстрым и неуловимым изменением правил и форматов этих «игр». Стабильность и успех его теперь будут зависеть от того, насколько быстро он способен сломать собственные модели поведения и включиться/подстроиться под новые правила игры, об изменении которых его, как правило, никто не уведомляет. З. Бауман в этой связи отмечает: «Жизненный успех (и тем самым *рациональность*) людей постмодерности зависит от скорости, с какой им удастся избавиться от старых привычек, а не от скорости обретения новых. Лучше всего вообще не проявлять беспокойства по поводу выбора ориентиров; это привычка обходиться без всяких привычек» [1, с. 157].

Общество эпохи постмодерна становится дискретным, фрагментарным, логика единой связи нарушается. Жизнь человека также фрагментарна: на поверхность явлений выносятся короткие жизненные периоды, презентующие сиюминутность настоящего с поставленными личностными целями и желанием их добиться. Однако эта сиюминутность даже с устремленностью в будущее в любой момент может смениться, стать прошлым и незначимым. Размывание социальных институтов, дерегулирование и дезинтеграция их структур, (этот процесс Ж.Ф. Лиотар называл «атомизацией» социального эпоху «расслабленности» [5]) приводит к тому, что человек постоянно находится в поиске нового самоопределения, новых путей жизнедеятельности, вынужден находить новые образы и смыслы существования, приобретать новые типы идентичности. Происходит это столь быстро и часто, что существование человека превращается в жизнь «на распутье», цепь хаотичных движений, где только чрезвычайным усилием воли он может довести поставленную цель до конца. Такое «текущее» (З. Бауман)

состояние общества [2] с радикально изменившимися институциональными характеристиками привело к тому, что «социальное» в эпоху постмодерн следует рассматривать *качественно* в другом ракурсе, где социальные отношения не носят больше прежнего характера современных взаимосвязей.

Социолог Н. Гаин из Великобритании, характеризуя общество постмодерна, пишет: «Невозможно более трактовать социальные отношения как производное от человеческих взаимодействий (как это делали Маркс и Вебер), сводить социальную интеракцию к взаимодействиям лицом к лицу человеческих “агентов”, или говорить об обществе в том же духе» [7, р. 86]. Мыслитель постулирует возникновение «постчеловека», который выступает атрибутом постсовременного времени. С его точки зрения деятельность такого «постчеловека» немыслима без интеллектуальных машин. Технологии до такой степени увеличивают власть над человеком, что последний не может больше рассматриваться как полномочный «агент» своего общества. Само общество и личность в то же время теряют свои прежние социальные характеристики [7, р. 86].

В этом плане Ж.Ф. Лиотар рассматривает постмодерн как свершившиеся глубокие изменения в модерне, благодаря которым социокультурные основания мира предстают совершенно иными, нежели в предшествующую эпоху. Социальность в этом мире «растворяется», т.к. непосредственное общение индивидов заменяется языковыми моделями, плотным слоем информационных потоков, которые выключают индивида из социального. В процессе трансформаций социального информационные сообщения, мессаджи, передаваемые знаки, смыслы, символы, языково-лингвистические аспекты приобретают новое значение и высокую значимость. Общество разбивается на атомы, образуя множество «гибких сетей языковых игр» (Ж.Ф. Лиотар). Через эти модели языковых игр социальная связь может легитимироваться и вновь обрести свою прагматическую значимость. Такое атомизированное пространство (общество «постчеловека») во многом проявляет свою эффективность и жизнеспособность под воздействием от получения и отправления масс-медийной информации.

Общество оказалось устойчиво включенным в информационно-коммуникационное пространство, которое обуславливает систему жизни, которую условно можно назвать «жизнь по опроснику». Социальная жизнедеятельность постоянно находится в состоянии получаемых сообщений, на которые необходимо давать ответы. Люди живут в «режиме референдума» (Ж. Бодрийяр), который никогда не прекратится, не нацелен на получение глубокого знания и осуществления рефлексии или анализа получаемых сообщений. Подобного рода режим и состояние общества детерминированы современными масс-медиа. Любая телепередача, многочисленные телевизионные политические шоу и баталии, социологические опросы, предвыборные прайм-ринги, бытовые функциональные советы, выраженные через массовые медийные формы, любое сообщение в мире средств массовой информации предстает как вопрос/ответ, если даже на первый взгляд это и незаметно. Ж. Бодрийяр справедливо отмечал: «Вся система коммуникаций перешла от сложной синтаксической структуры языка к бинарно-сигналетической системе вопрос/ответ – системе непрерывного *тестирования*. Между тем известно, что тест и референдум представляют собой идеальные формы симуляции: ответ подсказывается вопросом, заранее моделируется/обозначается им» [3, с. 134].

Поскольку масс-медиа является основным производителем и «поставщиком» информации, выстроенной так, что сообщения предсказывают, наталкивают (а иногда и навязывают) ответ на поставленные вопросы, а обсуждаемые проблемы оказываются предрешенными, то получается, что масс-медиа являются основным производителем информационных симулякров. Любая проблема, конфликтная ситуация, социальный факт становятся «языковой игрой» в вопросы/ответы. Реальность тестируется человеком, но и сама «тестирует» индивида. Поскольку каждое информационное сообщение – это вариации кодов, то личностная задача теперь заключается в раскодировании/декодировании этой информации. Декодирование, однако, предстает в виде многообразной гаммы решений (каждый человек предложит свое видение проблемы, свою интерпретацию сообщения и сдела-

ет свой индивидуальный выбор). Социология постмодернизма утверждает, что личностный способ общения с миром сходен в целом с чтением, с «селективной расшифровкой», в процессе которой человек сам подвергается селекции со стороны средств информации.

Смысловая значимость получаемых субъектом сообщений также определяется масс-медийными структурами. Процесс восприятия и переработки информации человеком во многом регулируется способами, средствами, методами осуществляемого подбора содержания сообщений, монтажем, предшествующими опросами, поставленной целью, необходимыми результатами. (М. Маклюэн этот процесс выразил в положении «Mediumismessage»). Общественное мнение формируется планомерно и последовательно и зависит от целей его формирования и уровня/степени манипуляционного воздействия на общество информацией. В результате человек сегодня практически не имеет возможности различить объективность реальности и ее симуляционность, имитацию, тонкую подмену. Возникает проблема получения истинного знания, т.к. в информационном обществе практически устранен «зазор» между истиной и ложью, между постановкой вопроса и ожиданием ответа, здесь «истина сама становится симулякром» (Ж. Бодрийяр).

Подчеркнем, что серьезные средства массовой коммуникации, во многом выполняя благие цели, стараются в привносимых сообщениях добиться объективности, независимости, ощущения надежности и ценностно-нравственных оснований. Более того, понятие «истина», как цель, объявляется стандартом передаваемых сообщений, новостей, информационно-знаковых реалий [8, р. 8]. Однако распознать истину в постоянном информационном потоке и создаваемых медийных продуктах очень тяжело или практически невозможно. Во многом это зависит от многозначности вкладываемых содержательных посылок, значений, и от многообразия интерпретаций, «декодирования» передаваемых сообщений, образов, знаков. По сути медийная информация, в каких бы формах она ни выражалась, приводит к бесконечности субъективных интерпретаций, неопределенности в средствах «расшифровки», дискуссионности в обсуждении передаваемого содержания.

Медийная информация в эпоху постмодерна обладает особой силой, способной поднять человека на невиданную высоту и обеспечить ему высокоеположение в обществе. Престижным статусом обладает человек, владеющий большим количеством информации и включенный в большее количество коммуникативных связей. Информация, согласно М. Маклюэну, «расширяет человека вовне» до такой стадии, когда «творческий процесс познания будет коллективно и корпоративно расширен до масштабов всего человеческого общества» [6, с. 6].

Средства массовой информации получили статус «медиаократии» (Р. Дебре), проявления особой власти над человеком и обществом. Указанную власть, как особый тип, нельзя отрицать, недооценивать, поскольку она становится всеобъемлющей и тотально распространяющейся. З. Бауман, подчеркивая сменяющуюся значимость масс-медиа, статусное изменение личности в эпоху «растекающейся постмодернити» по сравнению с «модернити», отмечал в работе «Индивидуализированное общество»: «В формировании иерархий влияния известность заменила славу, публичная известность вытеснила научные дипломы, и потому процесс не столько *контролируется*, сколько *проталкивается* структурами, специализирующимися на управлении общественным вниманием» [1, с. 160].

Максимальное влияние масс-медиа, манипулирование общественным сознанием, управление социальными общностями и, в то же время, мгновенное устаревание известности и передаваемой информации – сущностный признак и порок нашего времени. Масс-медиа устанавливают правила, согласно которым человек включается в погоню за известностью и популярностью, осознавая, что по достижении они могут оказаться весьма краткосрочны. Характерно, что эти правила и формы, в которых выражаются признаки приобретаемой популярности, едины для всех и усредняют всех: звезд эстрады и бизнеса, великих ученых и спортсменов, деятелей искусства и домохозяйек. У. Бек предполагал, что именно хаотическое развитие технологий (*и, добавим, как следствие – масс-медийных средств передачи сообщений*) упраздняет знак равенства, традиционно ставившийся между знани-

ем, культурой, нравственными аспектами человеческого сосуществования и общественным (также личностным) благосостоянием.

Радикальное изменение масс-медийных структур, форм передачи информации сегодня изменило и само основание постсовременной культуры. Культура от *книжного, печатного* типа перешла в форму *экранного типа*. Социальные отношения в аудиовизуальной культуре постмодерна преобразуются в *коммуникации* человека и экрана, человека и виртуальной машины. Человек живет в воображаемом мире экрана, интерфейса, удвоения, программ, сетей. В экранной культуре в качестве материального носителя текста выступает экран, а не письменность, как это имело место в предшествующей книжной культуре. Экранная культура, обладая собственным невербальным языком, может осуществлять «чистое преподнесение» реальности, с которой человек контактирует без посредников. Такому виду коммуникаций уже не предшествует вербализованное знание, и здесь не происходит трансформации действительности под влиянием лингвистических средств. Индивид познает реальность вне какого-либо заранее предопределенного языка (что было обязательно в книжной культуре), а наглядные зрительные образы становятся основой постижения мира в его качественном многообразии.

Мир постсовременности, на наш взгляд, гораздо более сложен для человека, чем предшествующий модерн. Социальные вопросы постепенно заменяются технологическими; они как бы «конфискованы» машинами и новейшими техническими новшествами. Общество живет в знаково-символической среде, в

мире образов, подобию, симулятивных имитаций. Киберпространство, виртуализация размывают границы реальной жизни и технической симуляции, объективной реальности и ее иллюзорного образа. Все же человек должен сохранить себя и свой разум в окружающем мире, который все более приобретает характеристики «как бы» реального. Человек постсовременности должен перевернуть уже устоявшееся соотношение: не личность должна выступать в качества атрибута времени и властвующих над ней технологий, в том числе масс-медийных, а социальное время и новейшие технологии должны изменяться и управляться великим разумом человека.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бауман З. Индивидуализированное общество. М.: Логос, 2005. – 390 с.
2. Бауман З. Текучая современность. СПб.: Питер, 2008. – 240 с.
3. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М.: ДОБРОСВЕТ, 2000. – 387 с.
4. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. М.: ДОБРОСВЕТ, 2000. – 260 с.
5. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна. – М.; СПб.: Алетейя, 1998. – 160 с.
6. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – М.: КАНОН-ПРЕСС-Ц., 2003. – 464 с.
7. XVI World Congress of Sociology. Abstracts. ISA 2006 Congress. The Quality of Social Existence in a Globalization World. – Durban South Africa: Guide to Discovery, 2006. – 618 p.
8. McQuail Denis. McQuail's Mass Communication Theory. (6<sup>th</sup> edition). SAGE Publications Ltd. NY, 2011. – 619 p.

## SOCIAL DIMENSION OF MASS-MEDIA SPACE IN POST-MODERN ERA

*D.I. Chistyakov*

The article is dedicated to the analysis of the actual problems of the postmodern society connected to the communicative and informational mass-media space. The author reviews social specifics of the social in the postmodern era defined by the endless torrents of mass-media information, images, symbols, signs that lead to qualitative new social interactions. Author's special interest is the process of the self-identification and the problem of obtaining the objective knowledge in the postmodern epoch.

*Key words: mass-media, postmodern, social, media information, simulacrum, hyperreality.*