

ПЕРЕКРЕСТКИ ИНТЕРДИСЦИПЛИНАРНОСТИ

С.В. ВОЛОДЕНКОВ

ОДНОМЕРНОЕ ОБЩЕСТВО 3.0: ОТ Г. МАРКУЗЕ К ЦИФРОВОМУ МИРУ XXI ВЕКА

Работа посвящена анализу роли массовых коммуникаций в процессах управления традиционным обществом. В статье демонстрируется актуальность неомарксистского подхода в современных условиях становления цифрового общества и доказывается, что коммуникация в современном обществе по-прежнему выступает инструментом идеологического контроля над массами и обеспечения стабильности существующей политической системы.

Ключевые слова: *массовое сознание, массмедиа, коммуникация, управление, медиа-реальность*

Появление и стремительное развитие Интернета как пространства глобальных коммуникаций на первых порах было встречено восторженными отзывами и оптимистичными ожиданиями со стороны ученых и специалистов. Основные ожидания были связаны с широкими экстерриториальными возможностями демократического транзита, «освобождением людей» от доминирования средств массовой информации в публичном пространстве. Казалось, что простой человек получит свободу выбора источников информации, возможности использования каналов коммуникации по своему усмотрению, свободу слова. Все это должно было привести к демократизации традиционных институтов власти, освободить современное общество от авторитарных режимов, создать условия для «народного управления» своими государствами. Предыдущие же классические подходы к определению роли массмедиа в процессах управления обществом должны были уйти со сцены.

По прошествии достаточно длительного времени можно с уверенностью констатировать, что оптимизм, связанный с демократической революцией и «истинным освобождением» масс, оказался неоправданным. Как демонстрирует современная практика, Интернет трансформировался в глобальное коммуникационное пространство, обладающее высоким манипуляционным потенциалом. По сути, digital mass media развиваются по пути, во многом схожему с традиционными «оффлайн-новыми» средствами массовой информации. Более того, возможности по контролю над массовым сознанием в цифровом пространстве оказались даже более значительными. В связи с этим многие классические концепции массовой коммуникации, в рамках которых определялись инструментальный потенциал средств массовой информации, оказались сегодня не только актуальными, но и приобрели новое звучание.

Особый интерес для нас представляет анализ взглядов Г. Маркузе на роль ресурсов массовой коммуникации в процессах управления об-

ществом. Несмотря на то, что ключевая в данном отношении работа «Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества» была написана Маркузе более полувека назад, основные позиции автора находят, по нашему мнению, свое подтверждение и на современном этапе общественного развития в условиях стремительного формирования цифрового общества.

Обстоятельства постижения массами реальности посредством цифровых медиаресурсов и каналов массовой коммуникации являются на сегодняшний день определяющими при восприятии общественным сознанием окружающей действительности, оставляя при этом обстоятельства ее существования в пространстве ноуменов. И по-прежнему «смысл интеллектуальной свободы состоит в возрождении индивидуальной мысли, поглощённой в настоящее время средствами массовой коммуникации и воздействия на сознание, в упразднении «общественного мнения» вместе с теми, кто его создаёт»¹.

Можем ли мы сегодня с уверенностью утверждать, что цифровая эпоха благоприятно повлияла на развитие гражданских прав и свобод, позволила простому человеку стать более информированным и свободным в выборе информации? Ответ на этот вопрос представляется нам отрицательным. Как пророчески писал Г. Маркузе, «развитая индустриальная цивилизация – это царство комфортабельной, мирной, умеренной, демократической несвободы, свидетельствующей о техническом прогрессе»². И прогресс в сфере технологий цифровой коммуникации не стал исключением.

Несмотря на появление широких возможностей быстрого и комфортного доступа к разнообразной информации со стороны массового потребителя система управления массовым сознанием принципиально не изменилась. Расширение числа каналов массовой коммуникации, появление новых доступных каналов получения информационного контента, по сути, лишь усугубляют ситуацию, связанную с несвободой современного человека, несвободой мыслить самостоятельно. Если сегодня человек готов мыслить самостоятельно и отказывается становиться участником глобального информационного потребления, он, как это не парадоксально, сталкивается с проблемами поиска информации. Поисковые службы, новостные порталы, ресурсы социальных медиа на любой запрос предоставляют тысячи претендующих на истину и при этом противоположных мнений. Но, несмотря на разнообразие предлагаемого информационного контента, мы по-прежнему находимся, выражаясь языком Гегеля, «за занавесом», не имея возможности увидеть и понять реальную картину мира. Как писал в этой связи Ф. Уэбстер, «мы живем не в мире, о котором у нас есть какая-то информация, напротив, мы обитаем в мире, созданном информацией»³. При этом цифровая

¹ Маркузе 2003: 5.

² Там же: 15.

³ Уэбстер 2004: 331.

реальность глобального постиндустриального общества – это еще и совершенно новый вид информационной реальности⁴, в основе которой лежит цифровой контент.

Вместо открытого пространства, позволяющего получить доступную и объективную информацию, в мире сформировалось глобальное пространство массового потребления цифровых медиапродуктов – заменителей реальности, обладающих такими характеристиками, как удобство, высокая скорость и низкая стоимость потребления, а также привлекательность контента, доступность и распространенность «точек потребления». И это пространство агрессивно трансформирует традиционные культуры, ценности, идеологии в интересах контролирующих средства массовой онлайн-коммуникации элитарных групп. На наш взгляд, Маркузе, был прав, высказав мнение о том, что «высокая культура Запада – нравственные, эстетические и интеллектуальные ценности которой по-прежнему исповедует индустриальное общество – была как в функциональном, так и в хронологическом смысле культурой дотехнологической»⁵. В современных условиях глобальной смены технологического уклада и перехода цивилизации к формату так называемого цифрового общества представляется неизбежной и смена ценностных парадигм, носителями которых выступают массы, но формируют которые элитарные группы, обладающие возможностями контроля над информационно-коммуникационными ресурсами. Осуществление власти в подобных условиях осуществляется «на основе производства и распространения культурных кодов и информации. Контроль сетей коммуникации становится тем рычагом, при помощи которого интересы и ценности превращаются в руководящие принципы человеческого поведения»⁶. Однако, чьи интересы и чьи ценности имплементируются в массовое сознание – табуированный в современном обществе вопрос.

При этом для многих развитых государств данное положение дел не является значимой проблемой. Как пишет Н. Хомски, «в соответствии с преобладающими в США представлениями, демократия не ущемляется, если информационная система контролируется несколькими корпорациями: на самом деле в этом и заключается суть демократии»⁷. По сути, речь идет о создании корпоративных «фабрик коммуникаций»⁸, которые задают «каждой человеческой единице соответствие заданной цели»⁹. В результате подобной «свободы общества», по словам С. Батлера, «общественность покупает свои мнения так же, как покупают мясо и молоко, потому что это дешевле, чем держать собственную корову. Только тут молоко состоит в основном из воды»¹⁰.

4 Подопригора 2018: 9.

5 Маркузе 2003: 75.

6 Кастельс 2004: 193.

7 Chomsky 1990: 29.

8 Дружинин 2017.

9 Московичи 1998: 46.

10 Butler 2011: 261.

По сути, современная медиаиндустрия сформировала своего рода цифровые медиамаркеты, в которых предлагается сомнительного качества продукт в красочной привлекательной упаковке, доступный и комфортный в потреблении. И здесь мы можем снова вспомнить пророческие слова Маркузе: «то, что средства массовой коммуникации гармонично, часто незаметно смешивают искусство, политику, религию и философию с коммерческой рекламой, означает, что эти сферы культуры приводятся к общему знаменателю – товарной форме»¹¹. Только сегодня можно говорить уже о цифровом товаре – простых объясняющих реальность медиамоделях, предназначенных для массового информационного потребления в Интернет-пространстве: «Вместо нормативного регулирования поведения обывателя – соблазнение потребителя; вместо насаждения идеологии – реклама; вместо легитимации власти – пресс-центры и пресс-бюро»¹². К перечню З. Баумана необходимо добавить аккаунты в социальных медиа, корпоративные и правительственные сайты, новостные ленты, каналы в мессенджерах, и его описание будет соответствовать актуальному положению дел в цифровом пространстве.

И вновь крайне актуальное звучание, но уже применительно к цифровому пространству, приобретает поставленный 50 лет назад Маркузе вопрос: можно ли реально провести черту между средствами массовой информации как инструментами информации и развлечения и как агентами манипулирования и воздействия на сознание? Ответ на данный вопрос не изменился, более того, интенсификация информационных потоков, их экстерриториальность, использование мультимедийных форматов, потенциал вирусного распространения цифрового контента в пространстве социальных медиа лишь усугубляют ситуацию, формируя хаотичное и фрагментарное восприятие массами противоречивой информации о происходящих процессах, событиях, явлениях в скрытой гегелевским занавесом от глаз простого человека реальности.

Массовый человек по-прежнему, как и во времена Маркузе, остается заложником системы, находится в своего рода медиаизоляторе, будучи вынужденным конструировать свои представления о реальности на основе доступных ему медиазаменителей. «Загнанный в свою субъективность, как в изолятор»¹³ при помощи отсекающих и отдаляющих его от реального мира информационных потоков, современный человек имеет дело со своего рода суррогатными медиамоделями, репрезентирующими недоступную для осмысления действительность, а также симулякрами, претендующими из формата медиафеноменов перейти в разряд ноуменов в системе массового сознания. В силу невозможности получить в прямом опыте знание о большинстве реальных событий, явлений, процессов, массы вынуждены взаимодействовать с репрезентирующими реальность медиафеноменами, монопольно реализующими объясни-

¹¹ Маркузе 2003: 74.

¹² Бауман 2005: 73-74.

¹³ Арндт 2000: 76.

тельную в отношении окружающей действительности функцию. Сегодня, как и прежде, «непосредственными носителями и, особенно, распространителями знаний и другой социально значимой информации являются средства массовой коммуникации»¹⁴. Цифровые медиаресурсы лишь расширили спектр инструментов генерирования и трансляции в массовое сознание соответствующего информационного контента.

В силу значительных объемов информации, транслируемой по интернет-каналам политической коммуникации, восприятие содержания сообщений становится клиповым, а сознание интернет-пользователя – рассеянным и диверсифицированным, неспособным обработать интенсивный информационный поток¹⁵. При этом, безусловно, «мы сопротивляемся воздействию медиа, подозревая, что нами манипулируют, но по существу это ничего не меняет, потому что знания, полученные нами из массмедиа, словно сами собой складываются в замкнутый каркас, элементы которого укрепляют друг друга»¹⁶.

В результате, цифровое общество не только не освобождает человека, но лишь еще более жестко ограничивает его познавательные возможности, способность к критическому и самостоятельному мышлению. При этом возможности манипулятивного управления массовым восприятием и поведением, а, следовательно, и контроля над массами, значительно увеличиваются. «То, как люди представляют себе мир, определяет в данный конкретный момент, что они будут делать. То есть определяет их усилия, их ощущения, надежды, но не определяет достижения и результатов»¹⁷, другими словами, возможности реальных изменений окружающей действительности становятся недоступными для большинства людей, которые оказываются, по сути, бессильными, но при этом зачастую вполне удовлетворенными на уровне своих субъективных ощущений и переживаний, что полностью укладывается в допустимые рамки существования масс в контролируемом обществе. В подобных условиях непосредственно реальный мир, от которого отсечен массовый потребитель информации, «находится за пределами досягаемости, видимости и за пределами сознания»¹⁸. Такое положение дел можно представить в виде одномерной¹⁹ виртуальной матрицы, в которой сознание человека прочно подключено к сетям информационных потоков, основное назначение которых – конструировать субъективно комфортную иллюзию реального существования индивида. «Контроль над информацией, поглощение индивида... приводят к упадку сознания, дозированнойности и ограничению знания. Индивид не знает, что происходит в действительности; сверхмощная машина образования и развлече-

¹⁴ Грачев, Мельник 1999: 293.

¹⁵ Назаров 2000: 142.

¹⁶ Луман 2005: 8.

¹⁷ Липпман 2004: 46.

¹⁸ Там же: 49.

¹⁹ Имеется в виду медиаизмерение.

ния объединяет его вместе со всеми другими в состоянии анестезии, из которого исключаются все вредоносные идеи. И поскольку знание всей истины вряд ли способствует счастью, именно такая общая анестезия делает индивида счастливым»²⁰.

Массовому человеку доступна лишь кем-то сконструированная медиакартина мира, и эта картина является основой управления обществом, неготовым к саморефлексии и критическому восприятию предлагаемых медийных версий реальности. «Когда высокие слова о свободе и исполнении надежд произносятся соревнующимися лидерами и политиками, а затем тиражируются с помощью экранов, радио и трибун, они превращаются в пустые звуки, имеющие какой-то смысл только в контексте пропаганды, бизнеса, дисциплины и релаксации»²¹. Даже общественное мнение, к которому принято апеллировать при принятии различных государственных решений в политической, экономической либо социальной сфере, по сути, становится искусно созданным эфемерным конструктом – производной от постоянной и массивной информационно-коммуникационной работы в публичном пространстве. Такое общественное мнение определяет и поддерживает стереотипизированные ориентиры в мировосприятии и поведении масс. Независимо от того, говорим ли мы о традиционных группах людей, или же о сетевых сообществах, «картины, в соответствии с которыми действуют группы людей или индивиды, действующие от имени групп, – это Общественное Мнение с большой буквы»²².

Поддержание удобной версии объективной реальности, обеспечение контроля за массовыми представлениями – становятся критичными условиями для стабильного и легитимного существования современных институтов власти, а также политических и экономических элит, которые осуществляют «тотальную мобилизацию всех средств массовой информации для защиты существующей действительности»²³. В итоге, приходит к выводу Маркузе, лишь «отключение телевидения и подобных ему средств информации могло бы, таким образом, дать толчок к началу того, к чему не смогли привести коренные противоречия капитализма – к полному разрушению системы»²⁴. В наши дни к предлагаемому Маркузе сценарию остается лишь добавить отключение Интернета, как пространства, в котором формируются, транслируются в массовое сознание и поддерживаются в нем необходимые для сохранения существующей системы поведенческие и мировоззренческие импланты.

Как показывает анализ современной практики массовых коммуникаций в цифровом пространстве, «новая технология может стать опасным проводником тирании... Более опасной тирании, чем невидимая и

²⁰ Эрос и цивилизация 2002: 94.

²¹ Маркузе 2003: 74.

²² Липпман 2004: 50.

²³ Маркузе 2003: 88.

²⁴ Там же: 323.

мягкая, не существует. Такая тирания, в которой подданные становятся соучастниками своего собственного жертвоприношения и в которой порабощение является результатом не намерений, а обстоятельств»²⁵. И теоретическое осмысление Маркузе роли и функций средств массовой коммуникации в процессах управления обществом по-прежнему сохраняет свою высокую актуальность при изучении современных технологий коммуникации в условиях становления цифрового общества.

БИБЛИОГРАФИЯ / REFERENCES

- Арендт Х. Vita activa, или О деятельной жизни. СПб.: Алетейя, 2000. 437 с. [Arendt H. Vita activa, ili O deyatel'noj zhizni. SPb.: Aletejya, 2000. 437 s.]
- Бауман З. Индивидуализированное общество. М.: Логос, 2005. 390 с. [Bauman Z. Individualizirovannoe obshchestvo. M.: Logos, 2005. 390 s.]
- Грачев Г., Мельник И. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М.: ИФ РАН, 1999. 235 с. [Grachev G., Mel'nik I. Manipulirovanie lichnost'yu: organizatsiya, sposoby i tekhnologii informatsionno-psikhologicheskogo vozdeistviya. M.: Institut filosofii RAN, 1999. 235 s.]
- Дружинин А.М. От диалога к манипуляции: критический анализ современных медиа-практик // Философская мысль. 2017. № 1. С. 1–16. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=18534 [Druzhinin A.M. Ot dialoga k manipulacii: kriticheskij analiz sovremennyh media-praktik // Filosofskaya mysl'. 2017. № 1. S. 1–16.]
- Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. 328 с. [Kastels M. Galaktika Internet: razmyshleniya ob Internete, biznese i obshchestve. Ekaterinburg: U-Faktoriya, 2004. 328 s.]
- Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с. [Lippman U. Obshchestvennoe mnenie. M.: Institut Fonda «Obshchestvennoe mnenie», 2004. 384 s.]
- Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Практис, 2005. 256 с. [Luman N. Real'nost' massmedia. M.: Praxis, 2005. 256 s.]
- Маркузе Г. Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества. М.: 2003. [Markuze G. Odnomernyj chelovek. Issledovanie ideologii razvitogo industrial'nogo obshchestva. M.: 2003.] URL: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/5440/5450>
- Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества. М.: АСТ, 2002 [Markuze G. Eros i civilizaciya. Odnomernyj chelovek. Issledovanie ideologii razvitogo industrial'nogo obshchestva M.: AST, 2002. 526 s.]
- Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс. М.: «Центр психологии и психотерапии», 1998. 480 с. [Moskovich S. Vek tolp. Istoricheskij traktat po psikhologii mass. M.: «Centr psikhologii i psihoterapii», 1998. 480 s.]
- Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2002. 239 с. [Nazarov M.M. Massovaya kommunikaciya v sovremennom mire: metodologiya analiza i praktika issledovanij. M.: URSS, 2002. 239 s.]
- Подопригора А.В. Левиафан и сеть: философия власти в цифровом обществе // Социум и власть. 2018. №2 (70) С.7-17. [Podoprigora A.V. Leviathan i set': filosofiya vlasti v cifrovom obshchestve // Socium i vlast'. 2018. №2 (70) S.7-17.]
- Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект Пресс, 2004. 400 с. [Webster F. Teorii informatsionnogo obshchestva. M.: Aspekt Press, 2004. 400 p.]
- Barber B. Three Scenarios for the Future of Technology and Strong Democracy // Political Science Quarterly, 1998-1999. Vol. 113, N 4, P. 573-589. URL: <https://doi.org/10.2307/2658245>
- Butler S. The Notebooks of Samuel Butler. Auckland: The Floating Press, 2011. 311 p. URL: <https://archive.org/stream/cu31924013448299#page/n1/mode/2up>
- Chomsky N. Necessary Illusions, Thought Control International Democratic Societies. Boston, South End Press, 1990. 183 p. URL: <http://vho.org/aaargh/fran/livres5/ILLUSNS.PDF>

²⁵ Barber 1998: 581-582.

Володенков Сергей Владимирович, доктор политических наук, профессор, кафедры государственной политики, факультет политологии, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, s.v.cyber@gmail.com

One-dimensional society 3.0:

from H. Marcuse to the digital world of the XXI century

The work is devoted to the analysis of the role of mass communications in the management processes of traditional society. The article demonstrates the relevance of the neo-Marxist approach in the contemporary conditions of the formation of a digital society. The author proves that communication in contemporary society is still an instrument of ideological control over the masses and ensuring the stability of the existing political system.

Keywords: mass consciousness, mass media, communication, control, media reality

Sergey Volodenkov, Doctor of Political Sciences, Professor, Department of Public Policy, Faculty of Political Science, Lomonosov Moscow State University, s.v.cyber@gmail.com