

Григорьева Лариса Юрьевна

СОЛИДАРНОСТЬ В СИСТЕМНОЙ ТЕОРИИ МАССМЕДИА

В статье исследуются представления Э. Дюркгейма о "центробежных" и "центростремительных" видах солидарности в условиях современных информационных технологий (М. Кастельс), современного общества, социальные связи которого во многом опосредованы массмедиа. Анализ игровой формы коммуникации форматов массмедиа в аргументации Н. Лумана позволяет определить механизмы солидарных связей.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2015/2/3.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2015. № 2 (92). С. 15-21. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2015/2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

CHILD-PARENT RELATIONSHIPS AS A CAUSE OF TEENAGERS' AGGRESSION

Glazyrina Lidiya Gennad'evna*Volgograd State Pedagogical University
glazurina@mail.ru***Nechaeva Alena Aleksandrovna***Municipal Educational Institution "Secondary School № 91", Volgograd
labris34@mail.ru*

The article is devoted to a topical issue of our time – teenagers' aggression. The results of empirical study emphasize the necessity for research in this area. The greatest attention is paid to the study of the causes of teenagers' aggressive behaviour, and one of them is the quality of child-parent relationships.

Key words and phrases: aggression; teenagers; causes of teenage aggression; child-parent relationships; peculiarities of family upbringing.

УДК 101.1:316

Философские науки

В статье исследуются представления Э. Дюркгейма о «центробежных» и «центростремительных» видах солидарности в условиях современных информационных технологий (М. Кастельс), современного общества, социальные связи которого во многом опосредованы массмедиа. Анализ игровой формы коммуникации форматов массмедиа в аргументации Н. Лумана позволяет определить механизмы солидарных связей.

Ключевые слова и фразы: солидарность; коммуникации; темы массмедиа; развлечение; игра; игрофикация; информационно-технологическая парадигма; «геймеризационный» тип конфликта.

Григорьева Лариса Юрьевна*Дальневосточный федеральный университет
glorica@mail.ru***СОЛИДАРНОСТЬ В СИСТЕМНОЙ ТЕОРИИ МАССМЕДИА[©]**

Концепция солидарности Э. Дюркгейма – идеи о взаимосвязи различных видов солидарности, общественного сознания, сегментации и проницаемости ячеек общества, самопроизвольности становления нравственности и справедливости в обществе – может быть продуктивно рассмотрена в современных реалиях. Известный социолог М. Кастельс формулирует тенденции преобразования социальности в рамках «информационно-технологической парадигмы». Он прогнозирует: «Похоже, что морфология сети хорошо приспособлена к растущей сложности взаимодействий и к непредсказуемым моделям развития, возникающим из творческой мощи таких взаимодействий» [9]. Кастельс придает им радикальную формулировку, обнажая принципы формирования «новой» социальности современного общества: «технологии передачи и связи одновременно все шире диверсифицируются и интегрируются в одной и той же сети». Последнее замечание Кастельса, помещенное в проблематику социального целого и солидарных связей, разворачивается в пространстве деятельности системы массмедиа и кардинальных изменений в технологиях создания медийных сообщений.

Совмещение традиционных жанров с развлекательным содержанием – «инфотейнмент» (information + entertainment), «эдютейнмент» (education + entertainment), «инфорториал» (information + editorial), – конвергенция жанров массмедиа, а также возникновение новых форматов «шоу» связаны с расширением технологических возможностей подготовки сообщений и с изменением социальных процессов. Сопряженность и взаимообусловленность технологии и социальных процессов отражаются в расширении информационных потребностей аудитории трансформацией процессов восприятия, запоминания и хранения информации реципиентом. В современных массовых коммуникациях существуют приемы и способы (технологии) подготовки сообщений для массовых аудиторий, что приводит к снижению уровня смысловой сложности, штампам и клише. Проблема отчуждения человека вследствие разделения труда усугубляется ориентацией коммуникационных сообщений на уровень восприятия аудитории ниже среднего. В достижении коммуникативных целей обнаруживается парадокс: массовая коммуникация, призванная выполнять функции циркуляции значимых социальных смыслов и воспроизводства социального целого, на самом деле приводит к фрагментарности, клиповости, поверхностности или к «концу социального». Такое положение отражает состояние доминирования информационных процессов над коммуникативными, что недостаточно рефлексировано в гуманитарных науках.

Логика функционирования массовых коммуникаций состоит в формировании социального целого и его развитии. «Переход» от именованного «массовые коммуникации» к обозначению «массмедиа» того же социального института отражает принципиально иной уровень производимых социальных эффектов. В публичной сфере актуализируются, благодаря медийным технологиям, ритуальные, перформансные, мифологические и игровые аспекты коммуникации, что свидетельствует о кризисном характере современных социальных связей и сложной структуре образования социальности. Мифологические, ритуальные, перформансные аспекты коммуникации в некоторой степени отражены в ряде гуманитарных научных исследований. Игровые же аспекты коммуникации, очевидные в современных массмедиа, не получили должного системного анализа.

Таким образом, выявленная проблематика воспроизводства социального и неочевидных трансформаций общественных и социально-психологических процессов определяет актуальность данной статьи и задает ряд исследовательских гипотез. Появление новых форматов массмедиа представляет собой гуманитарную «технологии управления информацией» (М. Кастельс). Совмещение серьезного и развлекательного содержания массмедиа, движение в сторону «развлекательности» массмедиа и технологий моделирования сообщений в разнообразных «игрофикациях» отражают процессы «диверсификации и интеграции» (М. Кастельс), что свидетельствует об активизации солидарных процессов в измерении социального времени.

Солидарность как социальный феномен является объектом нашего историко-методологического исследования. В качестве предмета исследования рассмотрим логику функционирования и возникновения конвергенции жанров, форматов, основных социально-значимых тем массмедиа.

Работа Э. Дюркгейма «О разделении общественного труда», впервые опубликованная в 1893 году, на последних страницах заключения содержит послание социолога будущим поколениям: «необходимо прекратить аномию, найти средство заставить гармонически сотрудничать органы... Такое дело невозможно осуществить посредством импровизации в тиши кабинета; оно может возникнуть только самопроизвольно, постепенно, под давлением внутренних причин, благодаря которым оно становится необходимым» [5, с. 417-418]. «Самопроизвольность» процессов социальных взаимодействий, действие «внутренних» причин, по нашему мнению, наиболее ярко проявляются в коммуникативном пространстве массмедиа. Поэтому исследование основных тем и системных регулятивных механизмов социальных коммуникаций дает возможность понимания солидарности и, следовательно, определения «средств» от аномии.

«Механическая» солидарность: тип индивидуальности и коллективное сознание

Э. Дюркгейм утверждает, что для его современников влияние экономических функций в обществе становится доминирующим по сравнению с военными, административными и религиозными. Последние из указанных функций в исторической ретроспективе осуществляли основные социальные регулирующие и стабилизирующие связи. Мы полагаем, вслед за Э. Дюркгеймом, что произошедшее в последнее столетие развитие экономики кардинально меняет как реальность, так и социальность, включая и намеченные Э. Дюркгеймом солидарности.

Главная идея, сформулированная Э. Дюркгеймом в исследовании «О разделении общественного труда», заключается в том, что наблюдаемые им солидарности – механическая и органическая – находятся в антагонистических отношениях, и по мере развития специализации, разделения труда механическая солидарность потеряет свои основания [Там же, с. 190-191, 201]. Тем не менее, он замечает, что механическая и органическая солидарности, по преимуществу соответствующие коллективному типу общества (коммунистическому) и индивидуальному типу общества, – лишь некоторая абстракция, на самом деле «две стороны одной и той же реальности, которые <...> необходимо различать» [Там же, с. 137]. Настаивая на антагонистическом взаимодействии двух видов солидарности и прогрессировании органической солидарности, Э. Дюркгейм полагает: «Настанет день, когда вся наша социальная и политическая организация будет иметь исключительно, или почти исключительно, профессиональное основание» [Там же, с. 198].

Обратимся к классическим определениям двух видов солидарности, сформулированным Э. Дюркгеймом. Механическая солидарность определяет такое общество, в котором доминирует коллективное сознание, а индивидуальное еще не дифференцировано; индивид «не принадлежит себе; это буквально вещь, которою распоряжается общество» [Там же, с. 139], индивидуальная личность «в этот исторический момент <...> еще не существует» [Там же, с. 202]. Механическая солидарность понимается как социальные связи индивида «не прямо с группой, но с тем, кто является образом ее» [Там же, с. 188]. Э. Дюркгейм аргументирует действие механической солидарности примерами формирования социальных структур религиозных связей и областью действия практик уголовного права. Религиозный и «сверхчеловеческий» характер общества отражает состояние коллективного сознания, а процессы механической солидарности воплощаются в центральной власти – деспотической, где ее «сила – целиком продукт коллективного сознания» [Там же, с. 188-189, 203]. С позиции методологической, необходимо подчеркнуть, что обезличенность индивидов является достаточным, но не необходимым основанием возникновения механической солидарности. Акцентируем внимание на вышеизложенной методологической позиции.

Стремление членов группы к подобию и схожести является не критерием механической солидарности, а следствием внутригрупповой регуляции. «Приспособление всех частных сознаний к общему типу» определяет такой психический тип общества, в котором сходство индивидуальностей образует то, «что составляет условие существования этого коллективного типа», граждане «любят свое отечество, <...> как самих себя, заботясь о том, чтобы оно жило долго и процветало, потому что без него функционирование значительной

части их психической жизни было бы затруднено» [Там же, с. 114]. Примечательно, что многие положения Э. Дюркгейма о солидарности (механической), как некоем надиндивидуальном феномене, были проанализированы и в работе З. Фрейда «Психология масс и анализ человеческого «Я»» (1921) в иной методологической установке, с использованием центрального понятия массы. Знаменитый психоаналитик впервые использовал положения психоанализа для объяснения социальных явлений массовизации.

Дискурсивный анализ текста «Психология масс и анализ человеческого «Я»» позволяет нам сформулировать более точное понимание социально-психологических сил солидарности. Процессы массовизации индивида содержат ряд психологических механизмов – «расщепления», «проекции», «идентификации» и «внушения». Расщепление объясняет разницу индивидуального поведения человека и поведения того же человека в массовых процессах. Более того, З. Фрейд один из первых заметил: «отдельный человек – участник многих массовых душ: своей массы, сословия, церковной общины, государственности и т.д., и сверх этого может подняться до частицы самостоятельности и оригинальности» [14, с. 87]. Расщепление единого «Я» индивида как результат исторического развития психики знаменует социальную опосредованную представленность о самом себе, где из «Я» дифференцируется часть «Я – Идеал» и, по определению З. Фрейда, выполняет функции самонаблюдения, моральной совести, цензуры [Там же, с. 60].

Механизм проекции понимается как перенос несознаваемых потребностей индивида в контексте действия сил солидарности и проявляется в направленности на два типа «либидональных» объектов – «Я – Идеал» [Там же, с. 69, 88] и «Я – Другие» [Там же, с. 47-52].

Проекция индивидов на объект, наиболее отвечающий идеальным представлениям, – это «окольный путь» для удовлетворения собственного нарциссизма, где большая часть нарциссического либидо перетекает на объект [Там же, с. 64, 65]. Подходящий объект для «Я – Идеала» чаще всего воплощается в образе вождя, лидера. С позиции психоанализа, «нужно обладать типичными качествами (Я – Идеала) этих индивидов в особенно остром и чистом чекане и производить впечатление большей силы и либидинозной свободы, и сразу на это откликается потребность в сильном властелине и наделяет его сверхсилой, на которую он не стал бы претендовать» [Там же, с. 88]. Фигура вождя вполне может быть заменена виртуальным объектом, идеей, религией [Там же, с. 47].

Проекция типа «Я – Другие» объясняется Фрейдом не общностью интересов индивидов, а напротив, либо аффективными амбивалентными переживаниями любви, зависти, страха [Там же, с. 76], либо вынужденной терпимостью друг друга (которая «будет продолжаться не дольше, чем продолжается непосредственная выгода от сотрудничества с другими» [Там же, с. 50-51]). Наиболее ярко этот тип проекции проявляется среди фанатов популярных исполнителей, спортивных команд. В нормативном проявлении проекция «Я – Другие» – основа социальной справедливости: «социальная справедливость означает, что самому себе во многом отказываешь, чтобы и другим надо было себе в этом отказывать или, что то же самое, они бы не могли предъявлять на это прав» [Там же, с. 77]. Позже механизм проецирования рефлексивируется и разрабатывается в научном обществе как концепты «интерсубъективности», «Другой» в философии; «фреймы», «солидарности» – в социологии; как концепты экзистенциальной философии «справедливость», «толерантность».

Последний из указанных З. Фрейдом социально-психологических компонентов формирования массовидного феномена (солидарности) – внушение. Необходимо заметить, что психоаналитик считает внушение прафеноменом, основанным на либидозных отношениях: «внушение... можно определить как убеждение, основанное не на восприятии и мыслительной работе, а на эротической связи» [Там же, с. 86], а идентификация по своей сути «является самой ранней и самой первоначальной формой эмоциональной связи» [Там же, с. 56].

Таким образом, механическая солидарность понимается как спонтанная форма организации масс в условиях исторических вызовов. В основе действия такой солидарности находится феномен коллективного сознания, доминирования идеологии, «вращения воли вокруг объекта», где объект представлен как ценностное ядро, сформированное предшествующими поколениями. Идея о нивелировании индивидуальности возникает ситуативно, в явном преобладании коллективных ценностей.

«Органическая» солидарность: тип индивидуальности, тип коммуникации

Логика Э. Дюркгейма полагает, что органическая солидарность соответствует обществу, в котором разделение труда достигает определенного уровня и, более того, происходит первоначально в сфере территориального расположения. По мнению Э. Дюркгейма, разделение труда и специализации отдельных экономических функций приводят к осознанию необходимости уникальности и непохожести индивидов. Аргументацию проявления такого типа солидарности социолог находит, в первую очередь, в практике наследственных и имущественных прав. Характер органической солидарности – самопроизвольный, в предельных своих проявлениях основан на «абсолютно свободном обмене» [5, с. 208]. Как и многие общественные явления, качества социальных связей могут и благотворно влиять на развитие общества, образуя «позитивный» тип солидарности, и приводить общественные отношения к регрессу, подразумевая «отрицательную» солидарность. Органическая солидарность – в большей мере, чем механическая – заключается в «вещной», опосредованной артефактами, солидарности. Один из видов такой солидарности – «отрицательная» – заключается в механизме объединения личностей на основе вещного фетиша: «воли не движутся к определенным целям, но только вещи упорядоченно движутся вокруг воли» [Там же, с. 124-125]. Это «движение вещей» «отрицательной» органической солидарности отсылает к известному образу движения моды и симулякра Ж. Бодрийяра: «это зрелище, самоудваивающаяся и эстетически любующаяся собой социальность, игра перемен ради перемен» [2, с. 174].

Основоположник социологии Г. Зиммель, исследуя проблему социального отчуждения как следствия специализации и роста культурного разнообразия, обращает внимание на следующую особенность. Каждый новый вид специализации в общем процессе трудовой деятельности означает и новую социальную сегментацию, и возможность интеграции на более высоком ценностном уровне: «как дифференциация труда создала различные отрасли его, более отвлеченное сознание проводит снова ту линию, которая соединяет все, что в нем есть общего, в новый социальный круг» [7, с. 420]. Абсолютизируя мысль Зиммеля, сформулируем: любая функциональная дифференциация приводит к необходимости коммуникации, подразумевающей и дифференциацию установок в прежде единых социальных группах. Проблема состоит в том, что не очевидно, в каких случаях специализация труда и культурное разнообразие приводят к коммуникации, основанной на возрастании ценностного уровня, а в каких – к коммуникации, основанной на понижении ценностного уровня различных социальных групп. Иначе, по терминологии Э. Дюркгейма, коммуникации формируются по типу позитивной или отрицательной солидарности.

Современный российский философ И. И. Докучаев предлагает определить историческое время образования позитивной солидарности как переход от традиционной к креативной культуре. Соответственно, трансформация ценностей (прежде всего традиционной торгово-ремесленной культуры) и формирование городской субкультуры означают становление «предельно возможных для человека на данный момент истории движущих и стабилизирующих сил культурно-исторической динамики» [4, с. 243, 247-250]. С позиции аксиологии культуры (искусство, наука, религия, идеология, социальные нормы, тип личности, цивилизация), становление ценностных типов в антропогенезе опосредовано артефактами. Степень соответствия артефактов с ценностными моделями образует некоторый континуум. На одной стороне этого континуума артефакты фактически представляют ценности (религия, идеология), далее располагаются художественные образы и типы коммуникации [Там же, с. 586]. Предприимчивость и творческая оригинальность эпохи Ренессанса определяют переход к признанию ценности творчества (а не традиции), а в контексте этого и «социального признания ценности человека и его рациональных способностей сделать свой опыт достоянием всех» [Там же, с. 590].

Представляются весьма перспективными аргументы и выводы А. Антоновского основных положений социологии солидарности Э. Дюркгейма с позиции социальной эпистемологии. Философ обращает внимание, что механическая солидарность регулируется репрессивными методами и не позволяет нарушать традиции, тем самым определяя коллективные репрезентации как социальное единое пространство и направленность социального времени «настоящее – прошлое». Органическая же солидарность регулируется реститутивными актами, общность дифференцированных социальных пространств «уже не может гарантироваться “реактивно” или “интерактивно”, т.е. сразу и непосредственно, а должна удостоверяться опосредовано, с помощью тех или иных средств коммуникации» [1, с. 321-323]. Таким образом, именно тип общественных связей, соответствующий органической солидарности, отражает «уплотнение социального пространства», направленность социального времени «настоящее – будущее» и «новый тип социального порядка, допускающего будущие состояния, девиацию и новации». Кроме того, «сжатие» социального пространства отражает, по Э. Дюркгейму, возрастание «моральной плотности» и усиление активного обмена [5, с. 263]. В таком случае, необходимо принять и «побочную» линию размышления Э. Дюркгейма – замечание социолога о связи типов солидарности не как связи антагонистов, а как связи «центробежных и центростремительных сил» [Там же, с. 138]. Метафора центробежных и центростремительных сил, по нашему мнению, наиболее точно отражает сущность солидарных процессов, взаимообусловленность механических и органических типов солидарных связей в современном обществе. Образ социального единства находится в динамическом равновесии благодаря балансу центростремительных и центробежных сил: первых как фундаментальных антропологических ценностей, отражающих важность и приоритет коллективных детерминант в конструировании социального, вторых – как достижения возможных предельных оснований саморазвития индивидуальности, субъективности и публичности. Точки приложения действующих центробежных и центростремительных сил – индивидуальность, ее предрасположенность к расщеплению (З. Фрейд) и творческому синтезу (К. Г. Юнг, В. Франкл, Р. Ассаджоли).

Позитивная солидарность в коммуникационных процессах: субкультура, технологии и темы коммуникации

Субкультура спонтанно зарождается на периферии социального мира, «дальних социальных кругов» (Г. Зиммель), таких как развлечение, игра, специализированные профессиональные группы. Общие потребности деятельности или образа жизни формируют общие для данных сегментов коммуникации и артефакты.

Современные молодёжные субкультуры можно охарактеризовать как массово-групповую коммуникацию. Средствами массовых коммуникаций предлагаются разнообразные модели, а молодые «потребители» СМК имеют возможность выбрать то, что наиболее всего отвечает их психологическим потребностям как образец для подражания. Становясь носителем той или иной субкультуры, молодые люди реализуют свои психологические потребности в некотором символическом пространстве и в конкретной спонтанно организованной структуре – группе. Молодёжные субкультуры – феномен, происходящий на нескольких уровнях: собственно культурном, массово-групповом и индивидуально-психическом. В исследовании молодёжных российских субкультур Е. Л. Омельченко формулирует концепт «солидарный подход», в котором коммуникативные практики, используемые в той или иной группе, позволяют определить групповые идентичности в контексте взаимодействия культурных практик в ситуации быстро меняющегося мира, постоянных инноваций [13, с. 55]. Заметим, что конкретизация

определения «солидарность», ориентированная на молодежные субкультуры в рассматриваемой публикации, тем не менее, отражает общие закономерности массмедийных коммуникаций.

К массовым коммуникациям относят технологические средства масштабного распространения профессионально подготовленных сообщений. В понятие «массмедиа» входят СМИ (телевидение, пресса, радио и Интернет), а также полиграфия, кино, музыкальные произведения, компьютерные игры, т.е. технически опосредованные устройства хранения, трансляции и воспроизведения аудио- и видеоданных коммуникативных символов. Большое влияние на деятельность массмедиа оказали маркетинговые коммуникации – реклама и PR (связи с общественностью), постепенно ассимилируясь с массмедиа. Анализ деятельности массмедиа в контексте функционирования отдельного социального института проведен Н. Луманом в книге «Реальность массмедиа». Социолог формулирует следующее положение: «массмедиа являются одной из функциональных систем современного общества, которая, подобно всем остальным, своей усиливающей производительностью обязана своему системному обособлению, оперативной замкнутости и аутопойетической автономии» [10, с. 20]. Массмедийная коммуникация с аудиторией возможна на условии предварительного знания, потребности в дальнейшей информации, а успешность коммуникации обеспечивается признанием тематик, «которые сохраняют независимость от того, позитивную или негативную позицию занимают массмедиа по отношению к информации, смысловым интерпретациям, прорисовываемым оценкам» [Там же, с. 27]. «Темы», по Н. Луману, и обеспечивают «эластичность» интересов в различных сферах жизнедеятельности общества, и поддерживают должный уровень интереса к взаимоисключающим отношениям «между согласием и конфликтом, или конформизмом и индивидуальностью». Поэтому системная функция массмедиа заключается в повышении структурной сложности и интенсификации общественных процессов: «массмедиа воздействуют на формирование социально-избыточных коммуникаций в рамках всего общества, а значит – на непосредственно вытекающую из этого потребность в новой информации» [Там же, с. 41]. В качестве критериев отбора информации для привлечения внимания и интереса аудитории обычно используют следующие: неожиданность, конфликты, количественные показатели, значимость, странность, эзотеричность, нарушение норм, моральные оценки, освещение действия и личности, происшествия, несчастные случаи, выражение мнений [Там же, с. 50-67]. Имеет смысл уточнить, что в контексте массово-групповой коммуникации молодежи и массмедиа, активно разрабатывающей и внедряющей модные тренды, собственно структура коммуникации претерпевает значительные трансформации. Электика элитарного и массового, нивелирование сакрального, стилизация и репродукция, конвергенция жанров всё более и более подчиняются законам брендинга и маркетинга. Идеи и технологии брендинга, используемые индустрией развлечений и впечатлений, обнаруживают отсроченные и незапланированные коммуникативные эффекты. Массовая культура «эпохи постмодерна» фиксирует радикальные изменения структуры художественной культуры: «переориентация искусства с произведения на процесс, с автора – на публику, с вечного – на настоящее» [4, с. 582].

Социолог Д. В. Иванов аргументированно доказывает, что современная экономика (knowledge-based есопоту), основанная на знании, не отражает реальные социальные динамики и статусы: «производимое знание очевидно менее доходно, чем производимое впечатление. Эта экономика больше “красивая”, чем “умная”, она больше “игровая”, чем “информационная» [8, с. 249]. Доминирование образов, имиджей, виртуальных реальностей благодаря массовым коммуникациям обеспечивает нематериальные активы компаний-производителей, популярность медийных персонажей. Таким образом, подобная виртуализация социального пространства в большей мере, чем когда-либо, делает социум концентрированным, но вряд ли содержательным.

В условиях современного общества «постмодерна» массмедиа осуществляют два типа солидарности. Действия механической солидарности определяются общими темами, типизированными массмедийными продуктами, «идеальными» образами медийных персонажей как элементом воспроизводства общества потребления. Очевидно, что присутствующие темы коммуникации массмедиа: культивирование нарциссизма (гламур, фэшн-мероприятия), враждебности (фарс, ирония, треш), стремление к диалогу, ориентированному на процесс (реалити-шоу, ток-шоу), времяпровождение (сериалы, спортивные трансляции), – необходимый критерий интеграции массовых аудиторий, осуществляющий «вращение волею вокруг вещи» (Э. Дюркгейм). Кроме того, принципы отбора общих «тем» (по Н. Луману) диктуют определенный психологический тип восприятия социальной реальности индивидом и опосредованное отношение к самому себе. В своих рассуждениях Э. Дюркгейм замечает: «из общества черпает она (общая вера) свою силу, но прилагает ее не к обществу, а к нам самим» [5, с. 180-181]. Определение тем массмедиа в XXI веке не столько подчиняется идеологическим целям, что являлось ярко выраженной доминантой в середине XX века, сколько подчиняется желаниям и ожиданиям массовых аудиторий. Подчинение деятельности массмедиа целям финансовой прибыльности, с одной стороны, и этическим требованиям публичных коммуникаций, с другой стороны, формирует мейнстрим. Следовательно, социальные функции массмедиа – общей регуляции психодинамики общества, интеграции массовых настроений и регуляции циркуляции психоформирующей информации, упомянутые Д. В. Ольшанским как специфические на данном этапе технологизации коммуникаций и массовизации психики, – максимально достигаются [12, с. 295]. Действия же органической солидарности в массмедиа осуществляются благодаря проективному механизму идентификации респондента с медийным персонажем. Чаще всего и интенсивнее процессы идентификации происходят в такой сфере массмедиа как развлекательные жанры. Например, разделы в монографии А. А. Новиковой «Классификация современных

телепрограмм с точки зрения специфики коммуникации «мы – они»», «Игровые и геймеризационные телепрограммы как форма контакта «я – другой»» [11, с. 185-229]. В. В. Зверева проводит социокультурологическое исследование развлекательных программ центрального российского телевидения 2000-х годов: «при просмотре реалити-шоу члены сообщества самоутверждаются в своих правильных оценках. Происходит проговаривание хорошего и дурного по отношению к искусственно заданной ситуации», при этом как бы забывается игровой характер самого шоу [6, с. 137].

Массмедиа: некоторые возможности практик игрофикации в контексте позитивной солидарности

Необходимость осмысления технологий («викиномика», «краудсорсинг», «геймификация») использования игровых механизмов социальных взаимодействий открывает перспективы для прогнозирования тенденций массового сознания с позиции как профессиональной деятельности массмедиа, так и феноменов солидарности (имперсональных составляющих социальных динамик) [3]. Систематизация условий доминирования игровых практик в современных медиа, рекламе и *public relations* позволяет констатировать некоторый социальный порядок, в общем описываемый как кризис «креативной культуры» постмодерна (И. Докучаев), «постэкономика» (В. Иноземцев), «информационное общество» (М. Кастельс). Практика игрофикации в массмедиа в общем определяется как метакommunikация, позволяющая выстраивать диалогические отношения с аудиторией: интензивность и многослойность игровых контекстов «высвобождают индивидуальность и принуждают её к саморегулированию» [10, с. 96]; коммуникативный ресурс практик игрофикации в системе массмедиа заключается в формировании социальных моделей поведения, способствующих процессу персонализации участников коммуникации [3, с. 94-97].

Гедонистические потребности аудитории массмедиа в развлечении являются доминирующими, а средства массовой коммуникации эксплуатируют этот уровень бытийных потребностей человека. В отличие от дефицитарных потребностей человека, гедонистические потребности подчиняются логике желания и собственного произвола, они слабо рефлексированы, и поэтому данная потребностно-мотивационная сфера человека чрезвычайно манипулятивна извне. Тогда и общество потребления, в котором происходит массовая трансформация потребностей физиологического выживания, необходимо понимать в логике желания и удовольствия. Тенденция современного массового общества к зрелищам и удовольствиям, понимаемая как опасная, свидетельствующая о социальном регрессе, упускает из внимания факт «фундаментального» значения игры.

Преимущество культурных форм игры в театре и в телевизионном исполнении исследует культуролог А. А. Новикова. Исследования показывают, что в ряде случаев игровая основа сценария трансформируется в создание «геймеризационного» типа конфликта. В отличие от игровой пра-формы, «геймеризация» вводит экранную реальность в жизненный мир зрителя (потребителя), заменяя идентификационную позицию «Другого» на позицию «Я». Коммуникативный ресурс «геймеризации» заключается в самой логике функционирования массмедиа (Н. Луман), которая содержит социально-психологические императивы, апелляции к предельному состоянию воображаемой аудитории, заставляющие «аудиторию активизировать свою фантазию, преодолевать стандарты и стереотипы мышления». «Зритель в любом случае оказывается вовлеченным в процесс коммуникации, стержнем которого является интерпретация реальности и поиск своего места в этой реальности» [11, с. 227]. Развитие новых форматов массмедиа и коммуникативных практик создает пространство формирования «вероятностного», «проективного» характера, в равной степени создающего и нестабильности, и видение перспективного развития социума.

Интертекстуальность – другая форма межгрупповой коммуникации в логике сетевой организации (М. Кастельс), опосредованной массмедиа. Интертекстуальность в различных форматах СМИ становится манифестацией провозглашенной идеи ризомности постмодерна, начиная с *Product Placement* художественного кино и продолжаясь в формате «китч», иронического *StandUp* жанра. С другой стороны, такого вида интертекстуальность, по нашему мнению, отражает постулат Э. Дюркгейма о связи слабо-интенсивных социальных связей и становления индивидуальной рефлексии [5, с. 160-161]. Трансформации такого рода переживаются либо как кризис, либо как выбор.

Вернемся к прогнозам М. Кастельса о становлении информационного общества. Новые технологические возможности «воздействия на информацию» порождают синергичные социальные эффекты, творческие по своей сути: «процессы нашего индивидуального и коллективного существования непосредственно формируются новым технологическим способом» [9]. Кризис «креативной» культуры к началу XXI века, по мнению И. И. Докучаева, понимается как поверхностный синтез ценностей традиционной и креативной культуры, признание мультивариативности социума и культуры, и, следовательно, «подлинное преодоление кризиса связано с возникновением нового исторического типа культуры» [4, с. 592]. Выбор же для современного человека, погруженного в массмедийную реальность, возможен в двух исходах: занять личностную (творческую, критическую, инновационную, субъектную) позицию или стать агентом безличных информационных потоков [15, с. 114]. Мы полагаем, что из всего разнообразия культурных технологий (технологий массмедиа) именно практики игрофикации представляют собой коммуникативный ресурс, позволяющий создавать связи коллективных ценностей и рефлексивных механизмов саморазвития, формирующих ценностную матрицу новой культуры, личностных вкладов в развитие солидарности.

Список литературы

1. Антоновский А. Ю. Социоэпистемология: о пространственно-временных и личностно-коллективных измерениях общества. М.: Канон+, РООИ «Реабилитация», 2011.
2. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000.
3. Григорьева Л. Ю. Практики игрофикации в массмедиа: сопряженность персонального и имперсонального // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2013. № 4 (24). С. 92-102.
4. Докучаев И. И. Ценность и экзистенция. Основоположения исторической аксиологии культуры. СПб.: Наука, 2009.
5. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда / пер. с фр. А. Б. Гофмана. М.: Канон, 1996.
6. Зверева В. В. «Настоящая жизнь» в телевизоре: исследования современной медиакультуры. М.: РГГУ, 2012.
7. Зиммель Г. Проблемы социологии // Зиммель Г. Избранное. М.: Юрист, 1996. Т. 2. Созерцание жизни.
8. Иванов Д. В. Время Че: альтер-капитализм в XXI веке. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2012.
9. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Электронный ресурс]. М.: ГУ ВШЭ, 2000. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php (дата обращения: 25.12.2014).
10. Луман Н. Реальность массмедиа / пер. с нем. М.: «Канон+»; РООИ «Реабилитация», 2012.
11. Новикова А. А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013.
12. Ольшанский Д. В. Психология масс. СПб.: Питер, 2002.
13. Омельченко Е. Л. Солидарности и культурные практики российской молодежи начала XXI века: теоретический контекст // СоцИс. 2013. № 10. С. 52-61.
14. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого «Я» / пер. с нем. Я. М. Когана. СПб.: Издательская группа «Азбука-классика», 2010.
15. Ячин С. Е. Метакультура – место творчества личности на границе культурных сред // Личность. Культура. Общество: международный журнал социальных и гуманитарных наук. 2010. Т. 12. Вып. 1. № 53-54.

SOLIDARITY IN THE SYSTEM THEORY OF MASS-MEDIA

Grigor'eva Larisa Yur'evna
Far Eastern Federal University
glorica@mail.ru

The article examines E. Durkheim's ideas about the “centrifugal” and “centripetal” forms of solidarity in the conditions of modern information technologies (M. Castells), modern society, social relations of which are largely mediated by mass-media. The analysis of the game form of the communication of mass-media formats in N. Luhmann's argumentation enables to determine the mechanisms of solidarity connections.

Key words and phrases: solidarity; communications; topics of mass-media; entertainment; game; gamification; informational-technological paradigm; “gamerization” type of conflict.

УДК 17.03

Философские науки

В статье рассматриваются воззрения Давида Юма на проблему гуманности в контексте дружбы, любви, уважения, просвещения, добродетели, социальной безопасности и прочих составляющих общественных отношений. Подчеркивается, что, не отрицая существования негуманных качеств характера, будь то лени, глупости, ревности и некоторых других, философ всё же оставался верен идее возникновения общества на гуманистических началах. Также раскрывается система перцепций (восприятий) человеческого ума, разработанная Д. Юмом, согласно которой им выделялись две категории перцепций: сильные (впечатления) и слабые (идеи).

Ключевые слова и фразы: Давид Юм; гуманность; перцепции (восприятия); впечатления; идеи; привычки; человек; общество.

Григорян Татевик Варгановна

Забайкальский государственный университет
tatevick.1@yandex.ru

ГУМАННОСТЬ КАК КАЧЕСТВО ЧЕЛОВЕКА
В ФИЛОСОФСКОЙ АНТРОПОЛОГИИ ДАВИДА ЮМА ©

Одним из крупнейших деятелей эпохи Просвещения является Давид Юм (1711-1776). Не исключая в человеке разумного начала, английский философ развил учение о чувственном опыте как источнике знаний, представляющем собой поток многообразных впечатлений, причины которых непостижимы. Он верил в могущество природы человека и в безграничность его возможностей. Д. Юм утверждал, что человек – это