

Федченко Светлана Сергеевна

ТРАНСФОРМАЦИЯ ФЕНОМЕНА "МАССА": ОТ ТОЛПЫ К ИЗБИРАТЕЛЬНОМУ ПОЛЬЗОВАТЕЛЮ

В статье рассмотрены работы Хосе Ортеги-и-Гассета, Элиаса Канетти и Сержа Московичи, посвященные исследованию феномена массы XX века. Выявлены и обоснованы изменения современной социальной реальности, которые привели к качественным изменениям массы. Проанализированы принципиально новые способы проявления массы, свойственные современному обществу. Выявлен новый тип человека массы (избирательный потребитель), определены его отличительные черты и истоки появления. Проведена экспозиция проблемных аспектов существования современных масс.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2015/12-3/52.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 12 (62): в 4-х ч. Ч. III. С. 184-186. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2015/12-3/

© 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: hist@gramota.net

MASK AS CONCEALMENT: DECEPTION AND SELF-DECEPTION

Fedorova Elizaveta Evgen'evna

Siberian State University of Physical Culture and Sports
liza-filosof@mail.ru

The presented article is devoted to the philosophical comprehension of the theme of mask. Mask is considered by the author in the context of the theme of face concealment, the subject's "I", the human's authentic and unauthentic existence. The phenomenon of concealment taking various forms in the human's social and personal existence, in particular such as deception and self-deception, is essential for mask existence in the suggested interpretation. The topicality and scientific novelty of the paper content consist in the examination of mask not only as a means of socialization but also as a special form of the existence of the human being's individual, inner "I".

Key words and phrases: mask; face; deception; self-deception; concealment; temporality; identification; socialization; law; freedom; the unconscious; consciousness; personality; "I".

УДК 177.5+177.9+130.2

Философские науки

В статье рассмотрены работы Хосе Ортеги-и-Гассета, Элиаса Канетти и Сержа Московичи, посвященные исследованию феномена массы XX века. Выявлены и обоснованы изменения современной социальной реальности, которые привели к качественным изменениям массы. Проанализированы принципиально новые способы проявления массы, свойственные современному обществу. Выявлен новый тип человека массы (избирательный консюмер), определены его отличительные черты и истоки появления. Проведена экспозиция проблемных аспектов существования современных масс.

Ключевые слова и фразы: масса; толпа; массовое общество; нетократия; информационное общество; избирательный консюмер.

Федченко Светлана СергеевнаКазанский (Приволжский) федеральный университет
sw-fed@yandex.ru**ТРАНСФОРМАЦИЯ ФЕНОМЕНА «МАССА»:
ОТ ТОЛПЫ К ИЗБИРАТЕЛЬНОМУ ПОЛЬЗОВАТЕЛЮ®**

Феномен масс является одним из наиболее динамично изменяющихся в рамках современных социальных реалий. Активное исследование и описание масс началось с начала XX в. и не теряет своей интенсивности сегодня. Во многих работах феномен масс зачастую осмысливается с альтернативных исследовательских позиций [1; 3, с. 63; 6; 8; 11]. В условиях развития технологий рубежа XX-XXI вв., мы сталкиваемся с серьезными трансформациями, которым подвергается масса.

При рассмотрении массы как социального феномена мы обратимся к ряду принципиально значимых исследований. Это работы Хосе Ортеги-и-Гассета «Восстание масс» [11], Элиаса Канетти «Масса и власть» [6], Сержа Московичи «Век толп» [8]. Данные работы выбраны нами не случайно. Во-первых, они отражают теорию масс в ее историческом развитии, во-вторых, они охватывают продолжительный временной отрезок, в-третьих, это классические работы в рамках исследуемой нами области.

Проанализировав концепции «масс» Канетти, Московичи и Ортеги-и-Гассета относительно времени возникновения изучаемого нами феномена, мы пришли к выводу, что все три автора сходятся в одном: к рубежу XIX-XX вв. данный феномен уже сформировался и проявился во всей своей полноте. Но для нашего анализа особое значение имеют истоки данного феномена, в частности, время его возникновения.

Так, Ортега-и-Гассет выделяет ряд факторов, которые повлекли за собой становление этого явления. Он пишет, что появление «человека массы» было обусловлено либеральной демократией и активным совершенствованием науки и техники, что «человек массы» – это «болезнь времени» [11, с. 55]. То есть, исходя из концепции Ортеги-и-Гассета, в XIX в. происходит рождение «человека массы» из взаимодействия личностных качеств определенного типа людей и социальных условий, в которые они попали. С его точки зрения, «человек массы» – это не просто человек, обладающий определенными характеристиками личности, но реализующий свое поведение в определенных социальных условиях, которые стали возможны только в XIX в. Он пишет, что человек попал в условия, абсолютно новые для него. Это новое «внес в человеческую судьбу XIX век» [Там же].

Следующим важным ракурсом сравнительного анализа феномена «масс» является фактор возможности управления и реализации контроля над «массой». Позиции Московичи и Канетти по этому вопросу достаточно сходны и заключаются в том, что массы поддаются управлению лидером. Канетти рассматривает вожда, авторитетного лидера как символ цели, к которой направляется масса, как то начало, которое даст массе

направление, внушит то, что необходимо предпринимать для достижения намеченной цели [6, с. 286-303]. Лидер должен обладать огромным авторитетом для масс. В то же время Московичи при определении возможности осуществления контроля над «массой» делает акцент на гипноз. Только вождь-гипнотизер может принудить «массу» действовать по его правилам. Московичи пишет, что «массе» «внушается коллективная воля, которая заставляет умолкнуть их личную волю» [8, с. 89].

На современном этапе мы наблюдаем новые направления в развитии теории масс. Стремительное развитие новых информационно-коммуникативных технологий способствует коренным изменениям, как на уровне глобального социума, так и в рамках отдельных групп людей, поэтому современность все чаще называют «информационным обществом». Известный исследователь Э. Тоффлер выделяет такие характеристики информационного общества как, широкое распространение информационных технологий, формирование «информационного сознания» в условиях широкого доступа к информации, свобода информации, признание высокой культурной ценности информации, как для развития индивида, так и для развития общества в целом [12]. Важным фактором в сложившейся ситуации стало активное развитие сети Интернет, как особого информационного ресурса и средства коммуникации. В этой связи интересным представляется описание информационного общества в энциклопедии «Глобалистика»: «Интернет обретает статус второй, информационной реальности, в которой человечество сможет обитать и проявлять себя во многих сферах более эффективно, чем в физической реальности, например, в государственной, образовательной, медицинской, научной, производственной, коммерческой, коммуникационной, творческой и большом количестве других» [14, с. 786]. Виртуализированными становятся множество отраслей жизнедеятельности индивида – виртуализируются культура, искусство, политика, наука, литература, бизнес, политика и т.д. Так еще Тоффлер выделял третью волну глобальных изменений – «информационную» [12, с. 101-308]. Безусловно, в рамках информационного общества перед человеком встает серьезная проблема, касающаяся информации и знания. Стоит отметить что под информацией, как правило, понимаются любые сведения, независимо от формы подачи, в то время как существенным отличием знания является структурированность и качественная переработка этой информации. Человек по своей природе более склонен к адекватному восприятию и переработке знаний, нежели информации. Сегодня же мы сталкиваемся с ситуацией, когда на массы людей направлен огромный поток хаотичной информации, что разрушающе сказывается на человеческом сознании. Природная сущность индивида подвергается жесткой атаке, которая порождает ряд необратимых изменений как в рамках социума в целом, так и внутри индивида в частности. Так, обращаясь к вопросу о современных формах массы, мы сталкиваемся именно с указанной выше проблемой восприятия хаотичного потока информации, которая в свою очередь порождает появление новых свойств массы. Рассуждая с позиции дифференцированного использования информации, исследователи А. Бард и Я. Зодерквист рассуждают о появлении нового типа массы – информационной массы или консьюмтариата. Этимология данного слова демонстрирует фундаментальную характеристику данного явления (*to consume* / потреблять). С точки зрения авторов, это масса людей, основной деятельностью которых является потребление. Они не создают новых полезных ценностей для общества, природы в целом. Их характеризуют как пассивных участников в цепи потребления [1, с. 52]. «Консьюмтариат является низшим классом вследствие недостаточного социального интеллекта, нормы которого устанавливаются информационным обществом» [Там же, с. 238-239]. Консьюмтариат не способен контролировать собственные желания и установки. Им манипулирует информационная элита, которую авторы называют нетократией. По мнению А. Барда и Я. Зодерквиста, нетократия или нетократы – это правящий класс современного мира. «Новый правящий класс по сути своей космополитичен. Нетократическая глобализация ведет к появлению глобальной электронной культуры. Нетократы будут характеризоваться тем, что они манипулируют информацией, а не управляют собственностью или производят товары» [Там же, с. 57]. С аксиологической точки зрения авторы рассматривают нетократию в позитивном ключе, приписывая им свойства людей, стимулирующих прогресс общества. Положительно обращенный к информационной элите взгляд со стороны авторов книги «Нетократия...» подвергается сомнению в рамках концепций других авторов, которые видят в сетях возможности и факты управления сознанием информационной массы с различными целями: от экономических до политических [9]. Сеть активно и оперативно способна распространять и внедрять в массы даже революционные идеи, что может породить как твиттерную революцию или мирное выражение «позиции большинства», так и кровопролитные войны за мнимые ценности, навязанные извне.

Одной из проблем, с которой мы сталкиваемся в рамках проблемы исследования современных свойств массы, является способ артикуляции интересов массы. Сегодня в Сети каждый может выразить свою точку зрения. Для этого существует множество различных механизмов, таких как социальные сети, форумы, блоги, порталы и т.д. Мы можем наблюдать плюрализм мнений, однако, мы все чаще сталкиваемся с обратной стороной этого множества мнений, высказанных точек зрения. Человек начинает теряться в этом потоке противоречивой информации, вследствие чего ему часто сложно определить собственную позицию, чем умело пользуется информационная элита. Потерянного человека очень просто увести в необходимую картину происходящего, выгодную конкретной группе людей. Таким образом, встает важная проблема возможности самоидентификации масс и их интересов.

В современной литературе часто описывается проблема потери идентичности в рамках сети Интернет [13]. Массы людей, попадая в виртуальную реальность, сталкиваются с отраженным миром. Здесь свои правила и свои законы, о которых человек не всегда знает. Попадая в виртуальное пространство субъект способен к отказу от своих сущностных характеристик, не признаваемых им в реальном мире. «В Сети мы все и авторы, и издатели и продюсеры. Наша свобода самовыражения колоссальна, а аудитория необозримо велика» [1, с. 63]. Опасность представляет все большая погруженность индивида в Сеть, в виртуальную жизнь, оторванную от реальности. «Даже сторонники киберпространства предостерегают нас от того, что мы не должны полностью

забывать тело, что мы должны поддерживать связь с реальной жизнью» [4]. Исследователи, как правило, говорят о проблеме потери идентичности или о кризисе идентичности [13]. Однако на наш взгляд проблема должна формулироваться несколько иначе. Важной характеристикой современности является стремительность изменений. Так если десятилетие назад проблема утраты идентичности могла иметь право на существование, то сегодня это скорее минимальные единичные случаи, в то время как серьезные модификации этой идентичности действительно присутствуют. Идентификация человеком себя в реальности и в виртуальности действительно различна, однако, о потере ее говорить не приходится. Сегодня, вступая в большинство видов интернет-коммуникаций, индивид сталкивается с необходимостью идентифицировать себя. Чаще всего идентификация предполагает указание ника (виртуального имени), заполнение анкеты пользователя и подтверждения статуса реального человека через электронную почту. Таким образом, мы сталкиваемся с изменениями форм самоидентификации человека, которые в рамках Сети предоставляют большую свободу саморепрезентации, что не является потерей идентичности.

В ситуации множественности информации разного характера и уровня соответствия ее действительности, мы можем наблюдать множество потерянных индивидов. Работа «Нетократия...» демонстрирует нам информационную массу потребителя. Однако, на наш взгляд, сегодня мы можем говорить также и о другой форме массы помимо консьюмариата. Мы называем ее «избирательным консюмером», который эволюционировал на иную ступень развития. Он начинает избирательно, критически относиться к поступающей извне информации. Он целенаправленно ищет интересующую его информацию, зачастую отмечая навязанную извне. Если еще 7-10 лет назад навязчивая интернет-реклама работала эффективно, то теперь пользователь крайне редко интересуется и обращает внимание на эти блоки. Однако и способы манипуляции изменяются, становятся совершеннее. Поэтому масса остается массой, несмотря на ее качественные изменения.

Также интересной характеристикой массы, вновь возникшей в современных условиях, является хаотичность ее образования. В силу отсутствия телесного контакта, а также возможности при этом в сжатые сроки осуществлять коммуникативные акты (посты на форумах, социальных сетях и т.д.), появляется возможность группировки индивидов вокруг конкретной идеи. Схожая черта наблюдается в процессе возникновения толпы, которая способна возникнуть хаотично, за считанные минуты или часы набирая огромную разрушающую силу. Однако интернет-технологии позволили перейти этой характеристике на новый уровень.

Подводя итог, мы можем резюмировать, что феномен массы претерпевает сегодня колоссальные изменения под воздействием все более нарастающего влияния и давления потоков информации, в значительной степени через киберпространство. Мы проанализировали изменения во взглядах исследователей на феномен массы с момента ее возникновения, выявили новый тип человека массы (избирательный пользователь) и определили проблемные аспекты существования современных масс, которые также нуждаются в глубоком социально-философском анализе.

Список литературы

1. Бард А., Зодерквист Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2004. 252 с.
2. Бехтерев В. М. Внушение и его роль в общественной жизни. СПб.: Питер, 2001. 256 с.
3. Гуревич А. Я. Проблемы средневековой народной культуры. М.: Искусство, 1981. 359 с.
4. Жижек С. Никакого пола, пожалуйста, мы – пост-люди! [Электронный ресурс] / пер. 3. Губернской. URL: <http://anthropology.ru/ru/text/zhizhek-s/nikakogo-pola-pozhaluysta-my-post-lyudi> (дата обращения: 07.07.2015).
5. Зыкова А. Б. Учение о человеке в философии Х. Ортеги-и-Гассета. М.: Наука, 1978. 212 с.
6. Канетти Э. Масса и власть. М.: Ad Marginem, 1997. 316 с.
7. Литвак М. Е. Командовать или подчиняться? Ростов н/Д: Феникс, 2004. 186 с.
8. Московичи С. Век толп: исторический трактат по психологии масс. М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. 196 с.
9. Наттел Т. Как Фетхуллах Гюлен Умберто Эко победил [Электронный ресурс]. URL: <http://os.colta.ru/society/world/details/3091/> (дата обращения: 07.07.2015).
10. Ольшанский Д. В. Политическая психология. М.: Прогресс, 2002. 478 с.
11. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. М.: АСТ, 2003. 245 с.
12. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2010. 784 с.
13. Федотова Н. Н. Кризис идентичности в условиях глобализации // Человек. 2003. № 6. С. 50-58.
14. Энциклопедия «Глобалистика» / гл. ред. И. И. Мазур, А. Н. Чумаков; Центр научных и прикладных программ «Диалог». М.: Радуга, 2003. 1328 с.

TRANSFORMATION OF “MASS” PHENOMENON: FROM CROWD TO FAULTFINDING USER

Fedchenko Svetlana Sergeevna
Kazan (Volga Region) Federal University
sw-fed@yandex.ru

The article considers the works by Jose Ortega y Gasset, Elias Canetti and Serge Moscovici devoted to the study of the phenomenon of mass of the XX century. The changes of contemporary social reality, which have led to the qualitative changes of mass, are revealed and substantiated. Radically new ways of mass manifestations, peculiar to modern society, are analyzed. A new type of a man of mass (a faultfinding consumer) is revealed, his/her distinctive features and the sources of appearance are determined. The exposition of the topical aspects of the existence of contemporary masses is conducted.

Key words and phrases: mass; crowd; mass society; netocracy; information society; faultfinding consumer.