

УДК 316.774

Информационное общество XXI века: власть знака

С.А. Кудрина

Никогда прежде теорема У. Томаса («Если ситуации определяются как реальные, то они реальны по своим последствиям») не была столь неожиданно «работающей», как теперь, – это неизбежное следствие прогресса так называемого информационного общества. Теоретическая социология, как и любая социальная наука, в большей степени развивается не по своей внутренней логике, а определяется прежде всего самосознанием эпохи. Законы, выводимые в рамках той или иной социологической парадигмы, представляют собой элемент самооценки общества на определенном этапе своего развития. Если классическая позитивистско-натуралистическая социология XIX века заостряла внимание на объективности социальных явлений и процессов, то уже к началу XX века стали преобладать социологические теории, отражающие далеко не последнюю роль сознания в формировании социальной реальности. Акцент на определяющей роли коллективного сознания у Дюркгейма – это уже был значительный отход от изначальных позитивистских позиций.

Расцвет символического интеракционизма, феноменологической социологии и постструктурализма способствовал низведению объективистских концепций в ранг наивных умопостроений и упрочению тезиса о решающей роли сознания в конституировании социальной реальности. И уже в зрелом структурном функционализме объективизм не находит опоры – вершиной информационной иерархии контроля оказывается культура, латентным образом ограничивающая социальную систему и определяющая, в конечном итоге, возможность дальнейшего существования общества.

Таким образом, постмодернистская социология, объявившая, что общество построено на симулякрах, возникла не вдруг – просто тезис об определяющей роли феноменов сознания приобрел максимальную силу вместе с действительным постепенным возрастанием роли этих феноменов в обществе. Виртуальная социальность пришла на смену общественному организму как в жизни, так и в теории.

Итак, теорема Томаса, еще 20 лет назад игравшая роль своеобразной социологической шутки, стала обыденностью. Она даже несколько устарела, поскольку звучит слишком абстрактно и в ней не учитываются тонкости целенаправленного построения установок. Именно целенаправленного, поскольку (и это ни для кого не является секретом) в XXI веке формирование установок стало престижной профессиональной деятельностью. В частности, никогда прежде не была столь широко востребована специальность политического психолога: изучается не государство, а «образ государства», не ученый, а «имидж ученого», не социальные отношения, а «социальные манипуляции» и т.п.

В современной эпистеме язык представляет собой самостоятельную силу. Именно поэтому знак приобретает в обществе невиданную доселе власть: борьба слова и вещи закончилась триумфальной и бесповоротной победой слова. А что такое знак и какое отношение имеет он к формированию установки? Это отношение самое непосредственное: знак, попавший в поле власти, есть сознательно внедренное в (массовое) сознание определение ситуации. Более того, дефиниция власти перестает нести груз субстанциональности и, теряя онтологичность, окончательно уходит в область виртуальной реальности: Деррида, к примеру, определяет власть как господство ментальных структур, манипулирующих сознанием людей.

Спонтанная активность иррациональной и неравновесной социальной реальности оказывается зависимой от ментальных структур и господствующих знаков, которые сами по себе могут играть роль флуктуаций (и в том числе искусственно изобретенных).

Интерес в настоящее время представляет социальная роль как раз этих особого рода знаков, которые, несмотря на свое искусственное происхождение (изобретенность), господствуют в социальной гиперреальности, не вызывая ни сомнений, ни подозрений у большинства. Такие знаки называются симулякрами. Самое простое объяснение действия симулякра: модное и гламурное неизмеримо привлекательнее, чем необходимое и функци-

ональное. В результате в качестве основной формы общественной жизни утверждается игра. Она становится самодостаточной реальностью социальных отношений. Игра в ответственность (симулякр по имени Тамагочи), игра в любовь или в дискуссию (в прямом эфире), игра в права человека, игра в науку и т.д. При этом увлеченность такими социально-виртуальными играми ослабляет потребность различения ответственности и игры в ответственность, искусства и игры в искусство, образования и игры в образование и т.п. В современной социологии для характеристики этого процесса употребляется не термин «игра», а термин «играизация». Если игра как таковая лишена практической целесообразности и «не имеет никакой очевидной цели, кроме удовольствия»¹ («В этом "ну просто" всякой игры, – отмечает Хейзинга, – заключено сознание ее неполноценности... Не будучи "обыденной жизнью", она стоит вне процесса непосредственного удовлетворения нужд»²), то играизация прагматична. К тому же если «правила игры бесспорны и обязательны», «не подлежат никакому сомнению» и при их нарушении рушится игра, то играизация предполагает постоянное обновление алгоритмов поведения, причем во всех сферах социальной жизни, не замыкаясь на какой-то одной из них. Тем не менее можно назвать сферу, в которой играизация максимально утверждается и институционализируется. Это политика. Определение политики как совокупности всех видов деятельности в сфере целедостижения, предполагающей «самостоятельное руководство»³ и ориентированной «на существо дела»⁴, данное Максом Вебером в начале XX века, неадекватно современной ситуации. Играизация политики проявляется в симуляции политической борьбы, в появлении театральных терминов в политической лексике («построение сценариев», «оранжевый сценарий», «образ лидера» и т.п.).

Играизация науки сопряжена с «исчерпаемостью, принципиальным нетворчеством»⁵. То же самое происходит и в философии. Симптомы этой зарождающейся и быстро прогрессирующей болезни научного сообщества заметил еще И.А. Ильин в начале прошлого века: «Философия сохраняет... видимость научного знания, но именно одну только видимость... Такие мыслители начинают ценить выше всего формальные различия и определения понятий, формальное единство философской «системы», формальные проблемы и постановки вопросов... Пишутся книги о книгах; строятся особые толкования и понимания чужих идей; чужие

воззрения исследуются, как некая самостоятельная ценность; культивируется изощренная библиографическая осведомленность»⁶. «Постмодернисты, – пишет Татьяна Горичева, – очень любят двойные формулы. Скука – их бог. «Другой другого», «внешнее внешнего», «свобода свободы» и т.д. Но ничего, кроме «черной магии» бессмысленного повторения, у них не рождается – ни утверждения (как у Гегеля), ни любви, ни движения. Оставаясь мелкими (с экзистенциальной точки зрения) личностями, профессорами-говорунами, они невольно берут на себя роль заклинателей. Но их заклинания принципиально скучны и бессильны. Самые «религиозные» из них потянулись к синкретическим поучениям секты нью-эйдж, что балуется эзотерикой, не забывая о всяческом дорогом комфорте. Пост-философия, пост-карнавал, пост-культура, калифорнийская пост-религиозность. Еще никогда существование западного интеллектуала не было столь беспросветным, столь лишенным идей и идеалов, столь сосредоточенным на гонорах»⁷.

«Знаковый» – весьма часто упоминаемое теперь прилагательное. Оно приложимо к фразам, речам, печати, искусству, одежде и даже к так называемой «фигуре», которая, будучи оторванной от реальной личности (даже не имея с ней практически ничего общего, кроме карикатурного или глянцево-журнального внешнего сходства), становится функцией, «брэндом», «знаковой фигурой» и превращается в орудие идеологических манипуляций.

Играизация уничтожает грань между социальной виртуальностью и действительными, неигровыми переживаниями людей. Так уже в процессе социализации и в результате игры в любовь и ответственность с тамагочи в детское сознание внедряется мысль о том, что условный социальный мир, несмотря на свою искусственность, представляет собой вполне полноценное поле социальной деятельности.

Итак, знаковое сознание становится виртуальной тканью новой социальной реальности. Но если в прежних дискурсах знаки первоначально указывали на некие стоящие за ними субстанциональные социальные реалии, то симулякры становятся единственной и самодостаточной социальной реальностью. Симулякр не обозначает социальную реальность, он ее замещает. Во времена Дюркгейма было, к примеру, вполне логично, что для социологического исследования объекта, не поддающегося прямому наблюдению и измерению, необходимо «заменить внутренний, ускользающий от нас

факт внешним, символизирующим его фактом и «изучить первый при помощи второго»⁸, – например, социальную солидарность при помощи права, поскольку «право есть видимый символ социальной солидарности»⁹. Социальная солидарность мыслилась как нечто реальное, субстанциональное, а право было символом, ее обозначающим и выражающим ее существенные черты. Но пришли иные времена, когда право в рамках игры в права человека становится самостоятельно существующим знаком, лишенным субстанциональной подоплеки, и вполне может выступать в качестве орудия международного шантажа.

Итак, симуляция, или обретение знаками самодостаточной реальности, из антиутопии превращается в констатацию факта.

Информационно-потребительское общество имеет две неравнозначные стороны: социальная свобода (в частности, свобода конкуренции, политическая свобода), которая провозглашена и которая привела к избавлению от прямого явного принуждения, в действительности не состоялась и не могла состояться, поскольку не мыслима без принуждения латентного. Но чтобы понять наивность идей Просвещения, европейскому обществу надо было пройти путь от долгого очарования к последующему разочарованию в этих идеях – оазис оказался миражом. Возможность наблюдать этот путь в более концентрированном виде в рамках одного поколения, в течение одной человеческой жизни представилась жителям бывшего Советского Союза, где в короткие сроки избавление от тоталитарной власти обернулось рынком, примитивным удовольствием и выращиванием «одномерного человека», о котором предупреждал еще Герберт Маркузе, а Маркузе, как известно, критикуя тоталитарное общество, далеко не идеализировал при этом его антипод.

В движении общества от видимой несвободы к кажущейся свободе круг замыкается, и оказывается, что на место насилия внешнего, порою физического, неизбежно приходит насилие над сознанием через формирование установок. Социальное пространство кажется одномерному человеку бесконечным и открытым: он верит, что, имея деньги, он свободен купить все, что захочет, однако он может захотеть только то, что диктует код сигнификации данной группы. Превращение человека, угнетенного тоталитарной властью, в потребителя не делает его свободным. Настало время «виртуозов плюрализма», когда построение сценариев игровых практик превратилось в профессиональ-

ную деятельность. Латентность насилия потребительского общества – в ограничении свободы так называемым кодом сигнификации (смыслом, который внушен потребителю). Потребительская стоимость товаров заменена символической стоимостью – многие потребности определяются модой, рекламой, то есть диктатом внедренного в массовое сознание «знака», а отнюдь не необходимостью. Что сулит человеку обладание рекламными вещами? Уверенность в сегодняшнем («Будь уверена – носи "Libress"») и завтрашнем дне («Panasonic – ideas for life»), остроту ощущений («Opel Astra – когда захватывает дух», «Beeline – живи на яркой стороне», «Citroën – смотри на мир шире»), заботу («Tefal, ты всегда думаешь о нас») и надежность («Rexona» никогда не подведет»), власть («управляй мечтой»), привлекательность и повышение статуса («L'Oreal – ведь я этого достойна!»), отдых («Отдыхай» – журнал, «Garnier – заботься о себе»), отсутствие проблем («свежее решение») Приобретение вещами виртуальных социальных качеств приводит к тому, что, не являясь функционально необходимыми, вещи тем не менее становятся востребованными, поскольку не только обещают телесный и психический комфорт, но и символизируют принадлежность к некой успешной социальной общности. На этом фоне цель социолога, сформулированная Ч.Х. Кули – «вообразить воображаемое» – не выглядит преувеличением.

Процесс потребления становится чуть ли не важнейшей составляющей жизненного цикла человека. Когда установка на потребление является ведущей, а установка на творчество и созидание является скорее исключением, чем правилом, социальное пространство оказывается замкнутым. А поскольку у каждого потребительского уровня свои коды, то социальные подпространства групп также неминуемо замкнуты, и в несравнимо большей степени это касается большинства, ориентированного на потребление.

Формирование установок осуществляется прежде всего через средства массовой информации, поскольку именно у последних есть ресурс, необходимый для манипуляции «кодом сигнификации». Журналисты не скрывают, что телевидение есть бизнес, «сфера аудиовизуального обслуживания», которая существует для угождения потребителю. Всякое увлечение, развлечение и завлечение, особенно средствами массовой информации, – это вольное или невольное утверждение либеральных ценностей, потому что оно предписывает человеку жить весело, увлекаться, услаждать себя, ублажать

себя. Более того, оно не только и не столько служит удовлетворению потребностей, сколько формирует и эти потребности, и самого потребителя. Все то, что не отражено в мире телевидения, оказывается вне социального пространства или на его периферии, а значит, и выпадает из поля потребностей. Телевидение создает иллюзию дистанцированности и независимости: казалось бы, телевизор можно выключить или переключить на другую программу по первому желанию, зритель может перед телевизором вести свою жизнь, ужинать, разговаривать по телефону, критиковать телеведущих, иронизировать по поводу участников talk-show и быть при этом целиком и полностью уверенным в осуществлении своей свободы, считая себя независимым сторонним наблюдателем. Однако, листая каналы, человек успевает оказаться вовлеченным в виртуальное поле знаковой лексики, которая поддерживается при этом уличной рекламой, радио и большинством печатных изданий.

О знаковой лексике следует сказать особо. Стандартные формы опроса обычно уже изначально содержат одну и более навязанных дефиниций, например:

«Считаете ли Вы,
что необходимо бороться с тем,
что абсолютная ценность X,
которую принимает все прогрессивное
человечество, попирается группой Y?»

Есть ли свобода ответа на такого рода вопросы? Есть – но только в том случае, если творчески сломать логику вопроса, смело усомниться в его постановке и переопределить понятия в зависимости от своих убеждений (если они есть). В противном случае, отвечая на такой вопрос, человек оказывается зависимым от знаковой лексики: ведь в вопросе уже заранее содержится ответ. Почему? Потому что «X – абсолютная ценность» (так сообщили вопрошающие), потому что эту ценность «принимает все прогрессивное человечество» (а значит, те, кто не

принимает, принадлежит отсталой части человечества – кто же захочет признаться в отсталости?) и потому что группа Y, исходя из данных выше дефиниций, – явные разбойники, варвары, ретрограды, реакционеры и т.п. (и кто же осмелится признаться в лояльности по отношению к ним?). Например, вопрос «Нужна ли России сильная власть?» (который в принципе можно было бы понять так: должна ли власть в России обладать силой или она должна быть бессильной, безвольной, неспособной побороть коррупцию и преступность?) в массовом сознании ассоциируется с ГУЛАГом, Сталиным и поэтому воспринимается извращенно: «Хотите ли Вы, чтобы у нас в стране возродился ГУЛАГ?». Как же теперь будет выглядеть тот, кто положительно ответит на вопрос о сильной власти?

Власть и знак соединены, и в этом состоит сила информационного общества. Знаковая логика производит насилие над массовым сознанием: сначала в сознание внедряются смыслы понятий, а затем уже эти понятия используются как нечто априорное. И один из очевидных симптомов этого насилия – тот факт, что построение сценариев игровых практик стало в современном обществе профессиональной деятельностью.

Примечания

¹ Джерри Д., Джерри Дж. Большой толковый социологический словарь. М.: Вече – АСТ, 1999. С. 222.

² Хейзинга Й. Homo ludens. М.: Прогресс, 1999. С. 28.

³ Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 664.

⁴ Там же. С. 690.

⁵ Горичева Т. Христианство и современный мир. СПб.: Алетейя, 1996. С. 102.

⁶ Ильин И.А. Соч.: В 2 т. Т. 2. М.: Медиум, 1994. С. 102.

⁷ Горичева Т. Указ. соч. С. 102.

⁸ Дюркгейм Э. О разделении общественного труда: Метод социологии. М.: Наука, 1991. С. 65.

⁹ Там же.