

## МЕТАМОРФОЗЫ СУБЪЕКТНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Автор: И. А. МАЛЬКОВСКАЯ

*МАЛЬКОВСКАЯ Ирина Александровна - кандидат философских наук, доцент Российского государственного университета дружбы народов.*

Работа над продолжением темы зрелищ [1] в эпоху новых информационных технологий неожиданно проблематизировала вопрос субъектности человека, его способности сохранять личную идентичность под напором массы предлагаемых ему зрелищ. Зрелища на фоне трансформаций в мире обнаружили тесные связи с рядом ключевых теоретических проблем современной социологии. В ней растет внимание к четырем "И": индивидуализация, идентичность, идентификация, интимность. В последние годы в литературу по этим темам вошли работы З. Баумана, П. Бурдьё, Э. Гидденса, М. Фуко и др. Примечателен повышенный интерес к этому кругу проблем участников последней европейской конференции социологов [2], а также многих авторов журнала "Социологические исследования", пишущих об этнической, региональной и др. идентификации.

Реалии информационно-коммуникативного мира и мира зрелищ затрагивают в первую очередь человека. К взаимосвязям мира человека с миром общественным (тоже сотворенным людьми) и обращена социальная теория. В последние годы, на мой взгляд, в ней можно зафиксировать два методологических "дефицита": 1) "ускользание" объекта и запаздывание его исследования; 2) стандарты мышления, традиции науки, "заказов" к ней, статус знания нередко стали нацеливаться на описание "желаемого", а не реального. Методология социальных наук за последние столетия отражала растущий темп изменений человеческой жизни, тесно связанной с технической и природной средой - от макро- до "нано"-уровня. Динамика социальной эволюции ощутима сегодня на уровне даже обыденного сознания: другими становятся взаимоотношения, социальные институты, размываются границы, казалось, незыблемых цивилизаций. И все это на фоне бунтующей природы, обрушивающей на человека невиданные катаклизмы. Открываются свидетельства усложнения структур общественного и человеческого миров и их анализа, на повестке дня стоит новое понимание природы социальных, человеческих парадоксов [3]. Подтверждается соображение А. Эйнштейна, что понимание атома, возможно, проще понимания детской игры.

Усложнение реалий общественного бытия стало определенной предпосылкой для сознательного запутывания человека как потребителя зрительной информации со стороны заинтересованных агентов - СМИ и производителей продукции. Действительно, представления о настоящем проще всего современный человек может почерпнуть из СМИ, о будущем - из компьютерных игр, фантастики. В проблематике социальной жизни в желаемом смысле можно ориентировать игроков большого бизнеса и политиков. Несколько по-иному предстают возможные ориентиры даже социальных теоретиков, особенно живущих в обществах постиндустриального арьергарда. Возможно, отмечу попутно, по этой причине голос социальной теории в России не очень активно востребован при разработке путей развития страны.

Новизна положения современного человека обозначается терминами и характеристиками, выросшими из "зрелищных" практик: объект воздействия, потребитель (информационных услуг), реципиент, "дивидуум" (в отличие от индивидуума), "сетенин" (вместо гражданина) и т.д. Появился термин Нетократия [4]. Дело не в терминах тако-

го рода, и даже не в том, что они внедряются в сознание или подсознание потребителей зрелищ; все это в итоге лишь отражает изменения среды существования человека. Понятия: "индивид - личность - индивидуальность", - перестают быть исчерпывающим социально-концептуальным рядом, требуют уточнений и дополнений. Разумеется, при этом нельзя исключать человеческого ни в качестве родовой природы, ни в качестве общественно заложенных качеств, ни в качестве индивидуального своеобразия. Но сегодня этих измерений недостаточно [5]. Меняются некоторые сущностные аспекты социализации как освоения социального опыта и его интериоризации. Одну из основ этого изменения в значимой мере образуют информационные факторы, определяющие социальное лицо современности. Резко возросла доступность видов и объемов информации; интернет-коммуникации меняют представления о пространстве и времени; развернулась универсализация шоу-культуры, рождающей новые представления о досуге, свободном времени, самореализации, самопрезентации; смешение культур создает транскультурное мышление; и т.д. Новые аспекты проблемы зрелищ порой граничат с угрозами умственному здоровью людей, проходят рядом с психофармакологией.

Бразильский психиатр Ж. Бирман считает, что на Западе субъект и философия субъекта находятся в глубоком кризисе [6, р. 23, 172]. Складывается "социальная картография", в которой фрагментация субъектности заняла принципиальную позицию. "Субъективация" приближается к порогу психопатологии, зачастую "перешагивая" его. Чтобы понять, считает Бирман, такие синдромы как депрессия, токсикомания, паника, исследователю необходим теоретический инструментарий Ги Дебора [7], показавшего, что зрелище и символ определяют стиль жизни индивидуальностей зрелищного общества. Бирман ссылается и на С. Лаша [8], делавшего акцент на эстетизацию Я и раскрывшего особенности новых форм эстетических "субъективаций". Бирман связывает предпосылки фрагментации субъектности со стимуляцией измененных состояний сознания наркотиками, снотворными, алкоголем. "Я-образ" и "я-имидж", включенные в "товарную упаковку", требуют экзальтации, напряжения воображения и стимуляции состояний субъекта и его кошелек. Чувственности и эротичности сегодня явно недостаточно для самопрезентации себя в мире рыночных услуг. Наркотрафик все более стимулирует этот процесс. Гнездами расплодения наркоторговли становятся поэтому разного рода бары, дискотеки, клубы, зрелищно-развлекательные учреждения.

Современная психофармакология и наркотрафик открыли новые границы самосознания и мироощущения. Ж. Бирман полагает, что субъект начал "существовать" "вне-субъектности" (*fora-de-si*) [6, р. 152], а также "внутри-субъектности" (*dentro-de-si*) [6, р. 153]; истерия и депрессия лишь отражение этих форм субъективаций. Фрагментация субъекта выражена и в подходах к лечению: "тело-организм" - традиционная область медицины, "психическое" - объект психоанализа. И пока не преодолен дуализм "субъект"/"тело", кризис психиатрии, считает Бирман, будет нарастать. Но на пути преодоления дуализма духа и тела психиатрия сталкивается с плюрализмом реальных и виртуальных различий, заложенных в природе идентичностей и сделанных имиджей, преобразующих субъектность.

Культура нарциссизма и культура образа взаимосвязаны, считает Бирман. Посредством медиатехнологий, умножающих образы, экзальтация "Я" усиливается. *Присутствие* в СМИ самодостаточно для субъекта. Институционализируется *гегемония внешности*, становясь критерием бытия и успеха. В культуре эстетизации "Я" субъект оценивается настолько, насколько его "кажимость", усиленная воспроизводимыми образами, достаточна для социальной сцены, освещенной блеском электроники [6, р. 167]. Эстетизацию видимого "я" сменяет эстетизация "кажимости" "я". Дуалистический взгляд на субъектность "со стороны" связан с эгоцентризмом "изнутри" самой субъектности. Концентрация на себе происходит в форме "эстетизации существования" (С. Лаш). То, что имеет значение для выражения индивидуальности, приобретает форму экзальтации во славу "Я"; альтернативность исчезает как ценность, что характерно для культуры нарциссизма.

Грезы и эстетизированные превращения обращены к "лидерам" субъектных "продаж" и "предложений" - поп-звездам. Роль выдающегося актера, лидера заменяет поп-звезда, по Ги Дебору являющаяся зрелищной репрезентацией живого человека: "Удел звезды - это специализация *мнимого проживания жизни*. ... Звезды существуют, чтобы олицетворять типы разнообразных жизненных стилей и стилей понимания общества, способных осуществляться *глобально*. Они воплощают недоступный результат общественного *труда*, имитируя побочные продукты этого труда, магическим образом оказывающиеся вознесенными над ним в качестве его цели: *власть* и пора *отпусков*, сфера принятия решений и потребление, которые находятся в начале и в конце одного никогда не обсуждаемого процесса" [7, р. 41]. Поп-звезда несет все символы спектакля: от жизненного успеха до любви. "Но аналогично тому, как эти ролевые действия звезды не являются по-настоящему глобальными, им так же не свойственно и разнообразие", - продолжает Ги Дебор. "Ведь те замечательные люди, в которых персонифицируется система, становятся известны лишь для того, чтобы не быть самими собой, ибо они стали великими, опустившись ниже действительности ничтожнейшей индивидуальной жизни, и каждый из них это знает" [7, р. 42]. Вслед за кумиром человек теряет субъектность. Жизнь в образе другого, двойника становится все популярней. Двойники Э. Пресли устраивают фестивали, ожидая воскрешения кумира. Двойники М. Монро озабочены соответствием формам своей героини. Люди ищут внешнюю схожесть, им достаточно жить в тени образа "звезды".

Бразильский психиатр затронул лишь одну - явную - патологию производства зрелищной информации. Мастера создания завлекающих зрелищных форм и кумиров научились собирать под свои знамена разноликие толпы последователей. При этом изначальный миф о массовом обществе после 1930-х годов эволюционировал, не в последнюю очередь потому, что человек "массы" отказался быть массовым в терминах того времени. Человечеству же пришлось дорого заплатить за развенчание мифов о массе и вожде. Времена, однако, меняются, меняется демографический состав современного мира, культурные "матрицы". Поэтому, видимо, научной интеллигенции следует не переставая предупреждать мир о возможности губительного повторения худших форм массовизации. Особенно, вероятно, это касается мира за пределами ареалов культуры и образования, не пережившего опыта борьбы с фашизмом.

Нашествие массовидных зрелищ поддерживается благодаря мимикрии зрелищной продукции под индивидуальность. Интерфейсы с аудиториями, замеры рейтингов позволяют индустрии зрелищ учитывать индивидуальности, использовать полученные данные для создания групп потребителей своей продукции. Появилось ироническое понятие, скрывающее серьезные профессиональные ухищрения - "мастера упаковки" зрелищного товара. Они производят и предлагают зрелища на выбор в диапазоне от "звездного величия" до универсальной социализации. Зрелищность как связанное с культурой явление настойчиво и успешно работает в обществах массового потребления. Анализируя в свое время феномен культурных и торговых универсамов, поднятый им до символического уровня симуляции, в которых происходит непрерывное потребление - товаров, услуг, культуры, Ж. Бодрийяр констатировал, что торговый гипермаркет повторяет шаблоны "гипермаркета" театрализованной культуры. Это современные коллизии, театры, арены, возбуждающие публику [9, с. 32 - 37]. Сюда как на публичные представления устремляются "индивидуализированные индивиды".

Человек всегда идентифицирует себя, прежде всего, с образом "Я" - внутренним экраном. В обществе спектакля отчуждение зрителя в пользу созерцаемого объекта, который является результатом его собственной бессознательной деятельности, полагает Ги Дебор, выражается так: "чем больше он созерцает, тем меньше он живет; чем больше он соглашается признать себя в господствующих образах потребностей, тем меньше он понимает собственное существование и собственное желание. Внешний характер спектакля по отношению к человеку действующему проявляется в том, что его собственные поступки принадлежат уже не ему самому, но другому - тому, кто ему их

представляет. Вот почему зритель нигде не чувствует себя дома, ибо повсюду - спектакль" [7, с. 30 - 31].

Ги Дебор показал процесс десубъективации индивида, его превращение в управляемого и направляемого "актера". Ги Дебор настаивал на том, что в социальной театризации "Я" человек исчезает, а мыслящая часть человечества все более ощущает пустоту "Я-экрана". Нарастает разочарование в театризованной культуре, стремление уйти в другое "метафизическое дополнение". Зачастую это "дополнение" в качестве искусственно измененного состояния сознания есть "подделка" и "подставка" театризованного общества. Меланхолия, страдание, печаль - чувства, которые были близки экзистенциалистам в 1940 - 50-е годы - сегодня не в моде [6, р. 191]. Токсикомания продуцируется социально, утверждает Бирман, провоцируя новую "моду" и новую "этику" спектакля. Наркотики, снотворные, психотропные средства находят весьма благоприятную среду в обществе спектакля, ибо "типажи", рождающиеся под влиянием этих средств, необходимы для новой социальной "сцены". И "примадонной" здесь бесспорно является токсикомания, под влиянием которой появляются все новые "граждане общества спектакля" [6, р. 191].

Термином, подчеркивающим суть этого процесса, становится индивидуация - обретение и самореализация себя в индивидуалистической культуре, получившей карт-бланш по всему миру. Существование человека становится более индивидуалистическим [См., напр.: 10] не только с точки зрения "индивидуалистической культуры", постулирующей права и свободы человека в качестве базовых ценностей, но и с точки зрения свободы интерактивных исполнений.

Мастера упаковки виртуального товара делают акцент на визуализацию, развитие управления впечатлениями о себе, на виртуальную реальность [1]. Как и в драме Древней Греции, о чем я писала в предыдущей статье, человека, потребляющего продукцию голубых экранов, привлекают противоречия индивидуации, трагедия индивидуации. Но с экрана с массовым зрителем эта сущностная сторона зрелищ взаимодействует не сквозь призму античной драмы, а сквозь фрейм (термин Э. Гофмана, который и возник, скорее всего, благодаря "обществу зрелищ"), защищающий и одновременно освобождающий индивида от "рутинной социализации" посредством перехода к новым порядкам интеракции.

Массовое производство зрелищ есть производство не столько контента, сколько шаблонных структур, - тем не менее, беспощадно эксплуатирующих определенные стороны человеческой индивидуальности. Управление структурами интеракций посредством медиа-технологий меняет представление об опыте, механизмах его передачи и роли правил. Визуализация, порой, доминирует в ущерб словесности и традиционной интерактивности, с которыми исторически связана передача зримого опыта и идеология его оформления. Согласно И. Гофману "порядки интеракции", выстроенные в континуум, соединяют индивидуальное действие (в том числе речевое) с социальной структурой и институтами общества. Собственно, это новая версия идеи Парсонса - человек "интернализует" (вбирает в себя) общество. Из такого "упорядочения" рождается система связей семьи и государства, граждан и общества, этноса и регионов и т.д., которая определяет социальное целое.

Однако, замечал Гофман, для человека и изучающей его социологии дело не в интеракции, а во фрейме. "В любой момент своей деятельности индивид применяет сразу несколько систем фреймов" [11, с. 85], стремясь к устойчивости, защищенности и стабильности социального мира. Общепринятое мнение исходит из того, что в обществе люди часто добиваются успеха, следуя наборам фреймов [там же, с. 86]. Поведение человека становится производным от социального порядка с рутинными правилами. Замечу, что в повседневном цикле воспроизводится алгоритм античной драмы: начать день с "трагедии" (тревоги, напряжения от "depressing news"), закончить - комедией-шоу с воспроизведенным за кулисами смехом.

Аналогичны и системы восприятия: человеку проще иметь дело не с фактами, а типизациями; ему легче "справляться с причудливыми крайностями социальной жиз-

ни" [там же, с. 75]. Однако что происходит, когда набор повседневных правил рушится или, наоборот, когда типизация фреймов (на основе, например, структур визуализации) стремится к универсализации социетальных структур, их новому построению? Современные структуры визуализации предназначаются и для последующего проигрывания индивидами в их реальной жизни. Более того, они стихийно формируются (кем? зачем? с какой целью? - эти вопросы редко задаются) индивидами на основе имиджевых предпочтений.

"Структуры визуализации" действуют по отношению к унаследованному "социальному порядку" в обратном направлении. Визуализация оформляет и формирует свой мир институциональных матриц, где человек отдален от традиционных социальных институтов-матриц: религии, идеологии, партии, семьи и т.д. "Визуальные структуры" имплантируются в социальную ткань, подменяя действительные "порядки интеракций" эффектами упаковки в формат жанра. Артефакты, шаблоны, рамки, модели, форматы, клипы, образы структурируют среду, превращая индивида в емкость, заполняемую любым жанром. Идеи замены социальной сути проживаемой в обществе жизни информационно-коммуникативным, представления о конце социального актуализируются.

Проблема эта не так проста. Можно сказать, что она воплощает диалектику нынешнего глобализирующегося социума. Очевидны как "плюсы" данного процесса, определяющие выход индивида за пределы рутинных социальных правил, так и "минусы". "Структуры визуализации" лишают представления о реальности (подменяя ее коммуникативностью) мира, заслоняя реальный мир. Они начинают играть роль, которую традиционно играли идеологии, формирующие ложное сознание, исповедующие иные "фреймы", в том числе "фрейм фреймов" - религию. "Структуры визуализации" двойки по природе: они креативны (способны развивать ментальный полет над реальным миром). Но они и регрессивны, играя роль идеологических "шор", закрывая человеческое сознание от проблем реального мира или низводя их до заурядной видеоигры.

Современная социально-культурная индустрия такого рода подменяет содержание формой. Социальный мир она стремится превращать в моделируемую матрицу, по которой работает формат (жанр) и которая зависит от возможностей управляемого откуда-то компьютера. Продуктами визуальной индустрии стали стандарты, типажи и проекты, задающие алгоритмы восприятия. "Социализация" мнится лишь как удачное попадание образа в "ящик" или "клип" при хорошем кастинге. Некогда (зачем?) думать о том, что априорное существование шаблонов - вполне реальная основа матричной подготовительной работы, осуществляемой невидимой для "реципиента" современной индустрией зрелищного "театра". В рамках такой работы модели-типологии призваны оказывать максимальное влияние на индивида; преподнесенные ему артефакты обретают характерные (но иллюзорные) качества вовлеченности в конструирование самовыражения (если о такой цели заходит речь). Чаще всего эффект зрелищной индустрии возникает благодаря тому, что индивид-емкость (не осознавая этого) жаждет "самополнения" через подсматривание "за окном", измеряет себя рейтингом и спросом на якобы свой имидж.

С развернувшейся в последние десятилетия индивидуацией связано субъект-объектное полагание человека в мир, его раздвоение, подмеченное накануне второй мировой войны Э. Фроммом в "Бегстве от свободы". Есть основания усмотреть как минимум схожесть формулы Фромма с "бегом" личности-идентичности в среде индустрии зрелищ. Свобода самореализации во имя индивидуации оборачивается свободой "от" реальной индивидуальности. Этот феномен проявлялся в западном мире, а теперь в других мирах, охваченных глобализацией. Обретая на пути индивидуации субъектность, человек ее теряет, объективируется в мир виртуальной тотальности.

Термин "актер", созданный и получивший распространение вместе с парсонсовской системой "общества модерна", приобрел сомнительное звучание. Постмодерн, который многие социальные теоретики последних десятилетий тщились представлять как

реальность глобального мира, казался действительностью потому, что запутал шаблонные представления относительно индивидуации и субъективации в современном пространстве. Не пройдя в собственном жизненном пути индивидуации, вырвавшиеся в глобальную свободу индивиды-акторы разных миров и культур сталкиваются с "подделкой" субъективации, порожденной западным миром. Субъективация подменяется массовой, виртуальной "покупкой субъектности", а личность человека, если этого не замечать, становится "объектом продажи". Заманивая человека, средства стимуляции становятся средствами дробления идентичностей, что открывает якобы доступ к свободе субъектных самопроявлений и к самоидентификации.

Реальности плюралистических различий впервые столь затронули личность человека. Индустрия зрелищ, индустрия экранов делает его "плюралистическим актором" [12, р. 17], "складирующим" "различия" внутри сознания, как в собственном гардеробе. Ориентируясь во вне, ища опору своему "Я" в символах моды, рекламы, бренда и т.п., субъект общества спектакля, став "плюралистическим актором", больше не привязан к потребности в материальном; возникает острая потребность в виртуальном товаре. Особым родом деятельности становится эстетизация товара (в том числе, субъектного). В европейской культуре субъективизация издавна была эстетизирована, образна, проиграна и просмотрена. В этом огромную роль играла литература, - западный мир благоволил героям Достоевского, в драме которых отражена "пороговая" - между нормой и патологией - субъективизация. Давая возможность посмотреть на себя, художественное творчество шло бок о бок вместе с человеком по лабиринтам текста, содержащего "неочевидные структуры" [13], очерчивающие границы целостного бытия.

Начав говорить об "эстетизация", я по логике темы зрелищ должна бы продолжить тему их эволюции от античности к современности. Но приходится вернуться к социальной реальности, сегодня навязываемой всем нам так сказать из киберпространства. Эстетизируя собственный символ и попадая от него в зависимость, "актор" включается в систему информационно-коммуникативных процедур по замещению реального товара брендом. Товаром становится сам актор, поглощающий стили, моду, интерьер, коллекции и т.д. Обычный товар в зависимости от прилагаемых к нему "непроизводственных действий" "улучшается" или "ухудшается", "дорожает" или "дешевеет". Добиться изменения отношения к товару без изменения его сути - дело технологий, управления восприятием. Аналогичные процессы происходят и с актором сферы зрелищ: он только и ждет, что и с *ним* будут *работать* как с товаром специалист по восприятию, имиджу и дизайну; *им* будут заниматься, его будут "делать". Эстетизированное "Я" работает не над собой, а с собой; предпочитает не деятельность, а *делание себя*, не отношения, а презентации, не взаимопонимание, а управление впечатлениями.

Социализация личности и усвоение рутинного набора правил необходимы для освоения общественных отношений, социальных ценностей. При социализме, к примеру, социализация включала семейный, государственный, социально-политический, классовый, профессионально-образовательный контекст существования человека, определенный топос, социально-историческое время и роль. Унифицирующий аспект культурной глобализации, "лишенный примет топоса и времени" [14, с. 84], стремится к "обработке" человека с позиций иных. Поиски идентичности, таким образом, накладываются на деперсонифицированный мир коммуникации, делающей принципиальный акцент на визуализацию (образа, клипа, упаковки, имиджа и т.д.), а затем на взаимодействие и самовыражение идентичностей в виртуальном и реальном пространствах. Речь фактически идет о воспроизводстве определенного общественного строя. Это не преувеличение и не игра слов.

Отмеченные выше тенденции нарастают по-разному в различных регионах мира, в разных обществах. Не удивительно, что с европейско-северо-американского "форпоста" современности признано и то, что развитие мира не предопределено неким продуманным драматическим "сценарием". В мире, как в романе, имеется множество линий

сюжета, в том числе субъектности человека. Будущее неопределенно, настоящее - многообразно и многолико; картина мира и человека в нем неоднозначна, не однонаправлена. Поэтому и раздавались голоса против, которые следовало бы услышать и нам.

Значимым видится то, что озабоченность по поводу распада "социальной материи" прежде "образцового" вестернизированного мира проявили не только представители постмодерна (Ж. Бодрийяр) и его критики. Более показательна эволюция Ф. Фукуямы. В книге "Конец истории и последний человек" (1992) он выражал убеждение, что человек не винтик социальных отношений, ибо автономен и выше социальных детерминант; не общество проникает в личность, а личность проникает в общество, происходит персонизация общества. Либеральную модель Фукуяма дополнил в книге "Доверие. Социальные добродетели и процветание" (1995) идеями "коммунитарного капитализма", основанными на межличностных связях, предотвращающих атомизацию индивидов. В работе 1999 г. "Великое потрясение" в центре внимания Фукуямы вновь автономный индивид и индивидуация в обществе. Человек не "винтик" социальной системы, она сама - "винтики". Разрушены традиционные брак, работа, место жительства, ассоциации, ценности, социальный капитал. Фукуяма видит выход в добровольной социализации личности и добровольной "персонизации" социума. Государство, институты общества призваны служить катализаторами социализации, а не принуждать к ней.

Фукуяма тенденцию распада социальной системы усматривает в развитии автономизации человека. Но, на мой взгляд, выход в креативной визуализации, обучающей человека многомерной и глубинной рефлексии над тем, чего в нынешнем социуме нет, или есть лишь как будущее. Человек, включенный в современную интерактивную игру, способен видеть, осязать и проигрывать "социальные порядки" будущего как стратег военного штаба. Разумеется, способности индивида реализовать переход от визуализации к интеракции, от кластеров коммуникации к действиям, от виртуальности к реальности проблематичны. Но это проблема нового качества социума, которое, возможно, зависит не только от политиков, но и от простых мыслящих людей, от креативных личностей, от практик обыденной коммуникации и т.д.

Ясно, что вызовы стоят перед человеком, осваивающим социум посредством визуализации. Западная традиция имеет особенности интерпретации субъекта в духе дуализма и плюрализма, эстетики драмы и общества спектакля. Общество (государство) "спектакля" порождает структуры визуализации для "дуалистической субъектности". Самоконцентрация субъекта на "Я", начатая в эпоху Античности и продолженная в Возрождении и Новом времени, знаменовала рождение индивидуалистской культуры, опирающейся на рефлексии драмы "Я-образа". Дуализм материально-телесного "низа" и разумно-духовного "верха" античных времен [см.: 1] - первая форма фрагментации целостного субъекта - продолжена сегодня новыми вариантами "эксплуатации" человеческой телесности, эротической культуры и сексуальности, часто под действием психотропных средств. "Верх" и "низ" субъекта противопоставляются и вырываются из-под опеки традиции, церкви, морали, права. Воспроизводятся новые зрелищные формы ("за окном") и символы. И так далее. Этим я объясняю практически одновременное обращение таких крупных социологов современности как лидер британской социологии Э. Гидденс и его немецкий визави У. Бек к проблемам интимности [15].

Здесь уместно привлечь внимание к контексту творчества Э. Гидденса и подхода к обсуждаемой проблеме. Его теория структуризации противостоит безвольному парсонсовскому "актору", аргументация в защиту "агента" близка идеям западноевропейских марксистов 1970-х гг.: человек может быть субъектом, он всегда волен поступать иначе или не действовать вообще. У Гидденса "agency" - агентность, заменившая парсонсовское action - "действие", - не ряд дискретных актов, соединяемых вместе, а непрерывный поток поведения, "поток реальных или планируемых вмешательств телесных существ в постоянный процесс события-в-мире". "Агентность" - осознанный, целена-

правленный процесс, сопровождаемый "мониторингом" субъекта действия своего поведения, ситуации и т.д. [16, р. 55 - 56]. "Жизнь в веке информационном требует... большего объема социальной рефлексивности. ...нам постоянно приходится думать или размышлять об обстоятельствах, в которых мы проводим жизнь", - подчеркивает Гидденс [17, с. 585].

Произошедшие после появления гиденсовской новации перемены в мире коснулись основ социологии, релевантных заботам российских социологов. Социология формировалась в западной культуре; ее теоретико-концептуальная база работала, в первую очередь, на западные мировоззрение и социальный анализ. На этой методологии, по сути, происходило возрождение отечественной теоретической социологии. Ряд процессов, давно анализировавшихся с позиций западных реалий, лишь недавно попал в поле зрения отечественной социологической науки. Я имею в виду два вызова социологии. Во-первых, со стороны человеческой индивидуальности, меняющейся и отвергающей якобы универсальные формы социальной организации и закономерности человеческой жизни. Во-вторых, со стороны культурных детерминант, свидетельствующих, что область социологии культуры - это не исследование лишь культурных процессов; "культурная" (культуральная) социология [18] в контексте глобализации предстает одной из основ социологии. Социология и антропология сомкнулись вокруг культуры. Культура перестала быть только областью творчества, досуга и культурного потребления. Она становится одним из столпов социального по мере процесса "трансмутации" (Ж. Бодрийяр) кодов жизни: политика в спорте, любовь - в политике, культура - в экономике, секс - в бизнесе и т.д.

На пограничье христианской культуры наиболее остро ощущается и социальная стратификация общества, и его интеллектуальная и моральная деградация. Россия как периферия Европы все более сталкивается с необходимостью переосмысливать социальное, в котором, как показал И. Гофман, присутствует доля *исполнения* (перформанс). В массовых практиках "общества зрелищ" "перформанс" [19] обретает характеристики реально и виртуально проигранной интеракции. Набор игровых исполнений (прежде всего, управляемых и моделируемых действий, - от государственных PR-кампаний до детских компьютерных игр) формирует ожидаемые интеракции будущего. Структуры визуализации воплощаются в реальные кластеры коммуникации, массированно проникающие в социальную среду. Термин "кластеры" подчеркивает возможность вариаций "исполнений" одного сюжета. Эти вариации могут быть в плане личностного развития творческими (элементы лицедейства, театрализации, воображения, развития сюжета), конформистскими и деструктивными (механические повторы, упрощение лексики, привыкание к насилию и т.д.). Детская коммуникация организуется вокруг героев компьютерных игр и мультипликации - Симпсонов, Шрэка, Гарри Поттера и т.д. и шаблонных действий-исполнений. Подростковая коммуникация попала в "обойму" "последнего героя", "за окном", "домов-1 и 2" и т.д. Этот тип визуально-интерактивных действий сформировал "кластер" последователей, использующих свои лексикон, символику, средства идентификации "приверженцев". Никто пока, к несчастью, не думает о последствиях визуального ряда бесконечных вариаций на темы уголовной преступности: 11 сентября террористы разыграли увиденное на экране.

При этом реалии социума вносят в исполнение ролей перемены. Постоянно формирующиеся "социальные порядки", не всегда очевидные и проявленные, определяют новые возможности индивидуального выбора во "взрослом мире". Обращу внимание лишь на аспект, связанный - разумеется, косвенно - с федеративным устройством нашей страны. В условиях массовой территориальной мобильности разрыв между ностальгически ощущаемой территорией и детерриторизацией, традиционным и новым набором ценностей и их исполнений порождает у мигрантов сферу воображаемого, самореферентности, которая входит в литературу, эстетику, быт, акцентируя многообразие различий, отличий, различений, смещающих традиционные социальные ориентиры. Этот "организационный фрейм" воссоздает новые социетальные структуры, которые социологам следовало бы тщательно изучать.



Поиски идентичности, особенности, отличия и тождества занимают все больше места в самосознании (самоидентификации). Стремясь уйти от прежних социальных фреймов (и структур социальной организации), индивид, познав воздействия и превращения глобального мира, устремлен в сферы личностной идентичности. В пространстве личностных и групповых коммуникаций он пытается управлять презентациями себя в реальной и виртуальной средах, ищет и создает себе эрзац-сообщества [20].

Человек и социальная теория оказались перед практически важным выбором-вызовом. Что ставить в центр способов социализации: социальный мир, диктующий правила-фреймы вступающим в него индивидам, или человеческий мир, вырабатывающий посредством визуализации набор исполнений в разных коммуникативно-интерактивных кластерах, внедряемых в рутину социального? Такие процессы особенно ощутимы в школе - достаточно инертном институте социализации, формирующем стандарты ролевых исполнений и вознаграждений. Кризис образования практически во всех странах свидетельствует о разбалансировке социального мира под влиянием неких факторов. Определяющую роль играет новый набор исполнений и проигрывания ситуаций, формирующихся на основе структур визуализаций, далеких от социального мира традиционной школы. Взрослые "дяди и тети" находятся в плену социальных установок детства и социальной науки своего времени. Абсурдно полагать, что самый талантливый ученик, которому открыты двери вузов, - тот, кто вызубрит все вопросы ЕГЭ! Дети и студенты поглупели оттого, что за последние двадцать лет это произошло и со взрослыми.

Социальный мир много лет демонстрировал ложь, обман, насилие, власть денег, политическую нечистоплотность и т.д. "Структуры визуализации", создаваемые иногда талантливо, творили миры "зазеркалья": в них можно быть а-социальным магом, волшебником, супергероем, пришельцем и т.д. А-социален любой из героев "Дома", живущий в мечтах о себе на экране и входящий в кластер таких же визуально-образных фанатов, для которых уж если жить, то в любимом образе. А-социальность присуща "игровикам" и приверженцам "Властелина колец" и другим "неформалам". Оптимизм вселяет, пожалуй, лишь пара придурков - Бивис и Батхед: они хотя бы заставляют потребителей задуматься над сутью проблемы.

Возвращаясь к проблеме зрелищ, констатирую, что современное общество спектакля становится точкой развития субъектности и точкой ее деградации. Осмыслить этот процесс возможно лишь из этой самой "точки". Рациональный европейский обыватель, осознав опасности для своей субъектности, начинает поиски метафизического дополнения бытия, погружаясь в природу и "экологическое обустройство"; отправляясь за пределы своей культуры в поисках экзотики и традиции; воссоздавая фольклорный жанр и развивая драматическое искусство на основе собственного творчества и т.п. И. Гофман - не отличавшийся оптимизмом - показал, что человеку нравится играть. Социальное, визуальное, интерактивное пространства игры сегодня открывают перспективы социальных изменений и самореализации субъектности в разных исторических цивилизационных пространствах посредством новых способов коммуникативности. Здесь, безусловно, есть пространство и для сопротивления, хотя бы по образу "сопромата" - сопротивления человеческого материала. Эту тему активно разрабатывает современная социология. Вслед за агентностью Гидденса Г. Йоас (Германия) поднял на новый уровень теорию социального действия, дополнив ее элементами творчества, а также преодоления противодействий [21].

На практике мыслящий человек (субъект или агент) способен оценивать преподносимую ему виртуальную реальность, различать разумное и неприемлемое. Субъект (в отличие от актора) наделен сознанием и волей, множеством самопроявлений, способен к творческой деятельности и взаимным отношениям. Бразильский социолог Б. Лаир [12] полагает, что можно говорить о двух полюсах в современной теории: исключительности актора и его внутренней фрагментации. Множественные "Я" и роли актора инкорпорированы им в практики социального конструирования (П. Бурдьё) и

самоконструирования (И. Гофман). Этот конструктивизм построен на убеждении, что человек волен, свободен в выборе.

Драма масс-медийного спектакля дошла до края человечности. Социология изначально, полагая человека рациональным, связывает социальное действие с поведением человека общественного. Массовое общество и общество зрелищ учат людей избегать болезненных проявлений современности, как бы ее ни называть - модерном, постмодерном, модерном поздним или рефлексивным. Человек может выключить телевизор, может уйти в Интернет, в блогосферу, может сопротивляться натиску мастеров упаковки виртуальных ценностей.

Очевидно, процесс субъективации проблематичен в разновременных культурных и социальных пространствах, на территориях бедности и богатства. Не достигнув товарной избыточности, периферийный мир попал в символическую избыточность. Раскрепостив объективированного субъекта, он его "закрепостил" вновь, создав замкнутый круг элитарных "тусовок" и закрыв путь к индивидуальному творчеству и самовыражению за пределами этого круга. Сама участь "объективированных" масс заставляет периферийный "эстеблишмент" творить "шоу-Олимп", - до полной потери субъектности перед пропастью, открывшейся миллионам людей. Эта ситуация не остается незамеченной.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. См.: *Мальковская И. А.* Эволюция зрелищ в человеческом измерении // Социол. исслед. 2008. N 2.
2. См.: *Росляков А. Б.* Проблемы социологии культуры на конференции в Глазго // Социол. исслед. 2008. N 2. С. 12 - 13.
3. *Тощенко Ж. Т.* Кентавр-проблема как особый случай парадоксальности общественного сознания // *Вопр. философии.* 2002. N 6; *он же.* Парадоксальный человек. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006.
4. *Бард А., Зодерквист Я.* Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004.
5. Аналогичные проблемы см: *Глинчикова А. Г.* Модернити и Россия // *Вопросы философии.* 2007. N 6.
6. *Birman J.* Mal-estar na actualidade. A psicanalise e as novas formas de subjetivacao. Rio de Janeiro: Civilizacao Brasileira, 1999.
7. *Дебор Г.* Общество спектакля. М.: Логос, 2000.
8. *Lasch S.* The Culture of Narcissism. N.Y.: Warner Barnes, 1979.
9. *Фуре В.* Перевод Ж. Бодрийяра "Симуляции и симулякры" // *Философия эпохи постмодерна: Сборник переводов и рефератов.* Минск, 2002.
10. *Бауман З.* Индивидуализированное общество. М.: Логос. 2002; *Giddens A.* Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age. Cambridge: Polity, 1991; etc.
11. *Гофман И.* Анализ фреймов. Эссе об организации повседневного опыта. М.: Институт Фонда "Общественное мнение", 2004.
12. *Lahire B.* Humem plural: os determinantes de acao. Petropolis, RJ: Vozes, 2002.
13. *Карасев Л. В.* Вещество литературы. М.: Языки славянской культуры, 2001.
14. *Глостанова М. В.* Постсоветская литература и эстетика транскультурации. М.: Эдиториал УРСС, 2004.
15. *Giddens A.* The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies. Cambridge: Polity, 1992; *Beck U., Beck-Gernsheim E.* The Normal Chaos of Love. Cambridge: Polity, 1995; etc.
16. *Giddens A.* Central Problems in Social Theory. Action, Structure and Contradiction in Social Analysis. L. -Basingstoke, 1979.
17. *Гидденс Э.* Социология. М.: Эдиториал УРСС, 2005.
18. *Романовский Н. В.* О современном этапе развития социологии // *Социол. исслед.* 2007. N 1. С. 24 - 27.
19. См., напр.: *Кравченко С. А., Романов В. Л.* Социология и вызовы современной социокультурной динамики // *Социол. исслед.* 2004. N 8; и др.
20. *Ринкявичус Л., Буткявичене Э.* Концепции общности (Gemeinschaft/community) в виртуальном пространстве // *Социол. исслед.* 2007. N 7.
21. *Joas H.* The Creativity of Action. Chicago: Univ. of Chicago press. 1996. См. также - <http://www.dialogon-leadership.org/Joas-1999.html>.