

ИНТЕНЦИИ «ДЕМАССИФИКАЦИИ КУЛЬТУРЫ» В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Статья посвящена чрезвычайно актуальной в наше время проблеме «демассификации культуры». Представлен компаративный анализ концептуальных установок Элвина Тоффлера и Мануэла Кастеллса, связанных с видением обозначенной проблемы. Формулируется авторская позиция, согласно которой на первый план в реализации процессов «демассификации культуры» выступает социальная детерминанта. Это значит, что демократический потенциал новых электронных медиа не может быть максимально раскрыт в условиях «глобализирующейся бедности». Тем не менее, в подобной ситуации «демассификация» все же возможна за счет «выпадения» из общей массы элит, для которых демократический потенциал новых средств связи оказывается доступным. В этом случае, согласно развиваемым в статье представлениям, можно говорить о «демассификации культуры», происходящей неравномерно в разных слоях общества. Такие процессы усиливают разрыв в степени доступности информации.

Ключевые слова: демассификация культуры; плюралистическая перспектива; мультикультурный мир; информационное общество; реструктуризация экономики; электронные коттеджи; социальное неравенство; космополитическая элита; сетевые субкультуры; стратификационные различия.

Г. А. Амкуаб (Mikvabia)

PhD in History, Associate Professor,
Abkhaz State University

INTENTIONS OF «DEMASSIFICATION OF CULTURE» IN MODERN SOCIETY

The article is devoted to the extremely topical problem in our time, the problem of «demassification of culture». Comparative analysis is presented for the conceptual viewpoints of Alvin Toffler and Manuela Kastels associated with the vision of the stated problem, as well as formulation of the author's position in which the social determinant steps out in the foreground in realizing the processes of «demassification of culture», which means that the democratic potential of new electronic media can not be maximally disclosed in the «globalizing poverty» environment. However, in this situation the «demassification» is still possible at the expense of «fall-out» from the total mass the elites for which the democratic potential of new communication means are made available. In this case, according to the ideas the article expounds it is possible to speak about «demassification of culture» taking place in various strata of the society. Such processes increase the gap in degree of information availability.

Keywords: demassification of culture; pluralistic perspective; multicultural world; information society; economic restructuring; electronic cottages; social inequality; cosmopolitan elite; network subcultures; stratified differences.

К числу конструктивных тенденций, с которыми связываются перспективы становления информационного общества в палитре современных исследований, можно отнести тенденцию «демассификации культуры».

Согласно представлениям известного американского футуролога Э. Тоффлера, в условиях эскалации компьютерной техники процессы индивидуализации и демассификации культуры будут отличать «третью волну» цивили-

зации, сменяющую фабричный этап ее развития, завершившийся созданием индустриально-потребительского общества. По мнению исследователя, такая «демассификация цивилизации, которую средства связи и отражают, и усиливают, несет с собой огромный скачок в повышении значения информации, которой мы обмениваемся друг с другом» [7, с. 183]. Корректируя Э. Тоффлера, имеет смысл говорить об изменении отношения к информации под действием компьютерной техники, которая, проникая во все сферы жизни общества, изменяет характер труда, быта и культурных интересов людей. Если на «второй волне» к информации относились как к товару, считает Э. Тоффлер, то на «третьей волне» — как к стимулятору творческих сил и поисков, способствующих демассификации культуры. Для демонстрации этих идей исследователь использует соответствующую терминологию, утверждая, что «вместо просто приобретения наших ментальных моделей реальности нас стали заставлять изобретать и постоянно придумывать их вновь» [Там же, с. 182]. Живя и работая в так называемых «электронных коттеджах», в которых трудовые процессы и культурные потребности реализовываются кнопчным путем благодаря «демассифицированной» технике связи и информации, каждый пользователь может транслировать свой собственный образ в электронную среду. Таким образом, согласно Э. Тоффлеру, благодаря возможностям новой электронной техники создаются благоприятные условия для углубленного самопознания и самоутверждения личности и ее культурной деятельности. Однако идеализированные концептуальные построения исследователя, абсолютизирующие роль новой электронной техники в осуществлении процессов «демассификации культуры», не учитывают их социокультурную детерминанту.

Безусловно, более адекватный вариант рефлексии в рамках этой проблематики представлен в рассуждениях М. Кастеллса. В своей книге «Информационный век: экономика, общество и культура» он стремится показать «плюралистическую перспективу, которая объединяет вместе культурную идентичность, глобальное переплетение сетей и многомерную политику» [4, с. 27]. Понятно, что при такой постановке вопроса «глобальное переплетение сетей» является лишь одним из факторов плюрализации общества. Именно благодаря такой «плюралистической перспективе» становится возможным «мультикультурный взаимозависимый мир» М. Кастеллса, который открывается, по мнению ученого, перед человечеством в новом тысячелетии.

Методологическая позиция М. Кастеллса, как справедливо отмечает Л. М. Землянова [3], помогает представить возможный переход от индустриально-потребительского общества к информационному сетевому обществу на базе таких новых коммуникационных технологий, которые обеспечивают реструктуризацию экономики и всех других связанных с ней сфер общественной и культурной жизни, ведущую к вытеснению принципов тэйлоризма и фордовских поточных линий массового производства товаров гибкими постфордистскими принципами выполнения более индивидуализированных заказов потребительского рынка с помощью сетевой организации труда. В отличие от идеи Э. Тоффлера относительно «электронных коттеджей», с которой автор связывает осуществление «демассификации культуры», М. Кастеллс считает возможным развитие коттеджей особого типа с индивидуализированным использованием компьютерной техники, но в соответствии с «сетевой логикой» информационного общества и с учетом специфики новых электронных медиа. Последние, несмотря на присущие им тенденции к стандартизации своих информационных программ и дискурсов, по мнению этого исследователя, все же отличаются «многоликой децентрализацией и подвижностью. Они расползаются во все стороны «как колонии микроорганизмов» и «в отличие от массмедиа в галактике Маклюэна в технологическом и культурном отношениях обладают свойствами интерактивности и индивидуализации» [4, с. 358].

М. Кастеллс обращает внимание на одно очень важное обстоятельство, связанное с тем, что, в отличие от доступности традиционных средств массовой информации, новые электронные медиа в настоящее время все еще продолжают оставаться недоступными для слаборазвитых систем обеспечения электронной техникой. Это обстоятельство свидетельствует в пользу того, что на первый план в осуществлении процессов «демассификации культуры» выступает социальный детерминант — демократический потенциал новых электронных медиа не может быть максимально реализован в условиях «глобализирующейся бедности». Тем не менее, даже в подобной ситуации «демассификация» все же возможна за счет «выпадения» из общей массы элит, для которых демократический потенциал новых средств связи оказывается доступным. В этом случае, по-видимому, можно говорить о «демассификации культуры», происходящей неравномерно в разных слоях общества. Такие процессы усиливают разрыв в степени доступности информации, тем самым обостряя проблемы социального неравенства и социальной справедливости. Иными словами, демократический потенциал новых электронных медиа, оказываясь доступным для меньшинства, как это ни парадоксально звучит, представляет угрозу демократизации общества. Однако М. Кастеллс видит сильные стороны процесса такой демассификации, к числу которых он относит «усиление социальной сплоченности космополитической элиты» [Там же, с. 364]. Под ее контролем, согласно концепции М. Кастеллса, находятся главные узлы сетевых потоков трансграничной информации, недоступной широкому слою простых людей, живущих локально в своих деревнях, городах и странах. «Пространство власти и богатства проектируется по всему миру, а жизни обычных людей и их опыт имеют корни в своих местах, в своей культуре, в своей истории». Элиты, а не массы простых людей формируют собственные стили жизни в качестве неких «пространственно ограниченных межличностных сетевых субкультур», позволяющих им наслаждаться пребыванием в роскошных офисах, особняках и гостиницах, владеть новейшими средствами связи и демонстрировать при встречах друг с другом этот особый образ жизни как «символы некой интернациональной культуры, идентичность которой обусловлена не спецификой какого-то общества, а принадлежностью к управленческим кругам информационной экономики, пересекающей глобальный культурный спектр» [4]. Словом, как пишет Л. М. Землянова, элиты космополитичны, а люди, не принадлежащие к ним, локальны [3].

Очевидно, что в отличие от концептуальных построений Э. Тоффлера, согласно которым в условиях электронно-коммуникационной эволюции нивелируется социальная стратификация, в мире «информационного общества» М. Кастеллса, напротив, благодаря новым электронным средствам связи стратификационные различия в обществе не просто закрепляются, а усиливаются. Хотя Кастеллс считает, что постмодернистские взгляды на особые функции новых электронных массмедиа в создании имиджей и знаков виртуальной реальности по мере их распространения выходят за пределы материнской субкультуры космополитической элиты, проникая в другие слои пользователей. Этот процесс происходит особенно интенсивно в обстановке, создающей доступ к компьютерной технике и повышенный интерес ко всем ее модным инспирациям [Там же, с. 192]. Однако, на наш взгляд, такое приобщение к новой электронной технике вряд ли может рассматриваться в качестве социального «лифта», позволяющего массовому пользователю осуществить «скачок» в так называемую «космополитическую элиту». Кроме того, хотелось бы обратить внимание на еще один аспект проблемы доступности новых электронных медиа. Такой процесс требует куда больших оснований, касающихся внутренних потенций и потребностей личности, чем технически простой выход в киберпейс и выполнение несложного набора операций для ориентации в этой среде [2].

В контексте обсуждаемой темы целесообразно отметить, что в отличие от гипотетической «демассификации культуры» Кастеллса, реальная «демассификация» происходит в других, более мягких и гибких формах. При этом можно выделить представляющую особый интерес тенденцию. Если модернисты отдалялись от массовой культуры путем элитарного творческого эскапизма, ухода от раздражающей их действительности в мир искусства, то постмодерн предполагает необходимость «реконструироваться», видоизменяться, демонстрируя потенции «плюрализации» собственного «я» в разных ситуациях и ролях [3, с. 195]. Осуществлению такого процесса якобы благоприятствует компьютерная техника. Это, безусловно, некий новый тип «культурной идентичности» человека, связанный с «киберкультурой». Однако назвать подобное явление «демассификацией» крайне сложно, ибо в процессе так называемой «плюрализации» собственного «я», о которой говорят постмодернисты, неизбежно теряется личностное начало, способное противостоять «массе». Пребывая в той или иной роли, которая становится необходимой в той или иной ситуации, человек, часто независимо от собственного сознания, сливается с ней, растворяясь «в окружающей среде, так и не став тем, кем он мог стать согласно своей внутренней природе». В результате разрушающее воздействие внешней среды оказывается неизбежным, хотя это противоречит закономерностям функционирования информации. «Информация, поступающая извне, актуализирует в системах те стороны и связи, которые помогают противостоять разрушающему воздействию внешней среды и сохранить свою целостность» [1, с. 10].

В современных концепциях представлены следующие характеристики формирующейся в настоящее время так называемой «киберкультуры» [6, с. 536]:

- виртуальность воззрений на человека, на парареальные отношения людей, их деятельность в онлайн-мире;
- пространственность как зависимость от опыта не реальной жизни, а связей в киберсреде;
- отключение, отъединение людей от реальных мест их пребывания для общения только в виртуальных сферах;
- «бестелесность» виртуальных коммуникаций в формах текстуальности и анонимности, имеющих, однако, перформативный характер, позволяют делать весьма неоднозначные выводы о происходящих в связи с этим процессах.

В частности, если говорить о зависимости от опыта не реальной жизни, а связей в киберсреде и об отключении, отъединении людей от реальных мест их пребывания для общения только в виртуальных сферах, то, по всей видимости, это свидетельствует в пользу расширения возможностей выбора субъектом «окружающей среды» в зависимости от внутренних интенций личности, что, безусловно, способствует сохранению вкусов и предпочтений последней и препятствует деструктивным процессам «массификации культуры». С другой стороны, вызывает настороженное отношение «постмодернистский» набор понятий, которые используются для репрезентации новой киберкультуры. Термины «виртуальность», «бестелесность», «перформативность», которыми изобилуют новомодные рассуждения исследователей, указывают на призрачный, как они сами утверждают, «гибкий, текучий характер» поисков идентичности личности, ее самоутверждения и самопознания.

В качестве образцов импрессионизма в журналистике можно рассматривать постмодернистские концепции «киберлибертарианизма» [6, с. 537], в которых акцент делается на изменчивости и экспериментировании в поисках множественности «я», а также на реализации права личности на перевоплощение. Личность — это отнюдь не «бестелесная», «виртуальная», «незримая» сущность с безграничными возможностями к самоопределению. Поэтому и деятельность, связанная с ее преобразованием и перевоплощением,

тоже ограничена определенным спектром внутренних потенций. Установка на сопряженную со вседозволяющей раскованностью беспредельность поисков идентичности личности ради открытия новых самопроявлений индивидуальности при таком подходе представляется несостоятельной.

Интригующе выглядит «киберлибертарианистская» идея «обретения альтернативных форм существования, действия и отношений» [6, с. 538], которую можно рассматривать в качестве своеобразного вызова «массовой культуре». Однако она реализуется не в сфере духа, а в направлении трансформации, прежде всего, физических параметров человеческого существа как биологической системы и связывается чаще всего со сменой пола, возраста, национальности. В таких радикальных формах находит выражение ощущение неудовлетворенности современного человека своим нынешним статусом, потребность в деятельном его изменении. Это ощущение «вытесняется» в сферу бессознательного, трансформируясь в многовариантные поиски свободы, нередко направленные не столько на освобождение личности от тягот и забот в реальной жизни, сколько на отказ от традиционных представлений о роли личности в общественной жизни и тех морально-культурных, этнорелигиозных или семейных отношений и обязательств, на которых веками основывались коммуникативная стабильность общества. Чтобы препятствовать эскалации подобной тенденции, новые медиа должны направлять развитие постмодернистских фантазий в нужное русло.

В этой связи представляет интерес позиция профессора Амстердамского университета Я. В. Куиленбурга, который утверждает, что медиа в рыночных условиях вынуждены отражать явления, характерные для «основного потока» — взгляды и условности большинства, в то время как «социальные сдвиги чаще вызываются идеями и движениями меньшинств... Медиаполитика чаще пытается сохранить равновесие между этими двумя перспективами... Острая конкуренция обычно делает медиа более отзывчивыми на желания и мнения большинства, создавая качества их экспрессивности для массового восприятия. Умеренная же конкуренция подталкивает медиа к дивергенции, способствуя их познавательной миссии для демократии. И тут надо делать выбор, экспрессивная или познавательная стратегия, или то и другое должны стать целью коммуникационной политики» [5, с. 9]. При этом важным, по мнению Я. В. Куиленбурга, является «совершенно равноправный доступ к идеям» и к «конфронтации идей независимо от того, какую социальную поддержку они имеют — большую или малую. Основной поток не должен иметь большей возможности заявлять о себе, чем неортодоксальное меньшинство» [Там же, с. 12]. Так представляет Я. В. Куиленбург реализацию демократических принципов медиаполитики. И все же, на наш взгляд, средства массовой информации и коммуникации должны не только «отражать» явления, характерные для «основного потока» или идеи меньшинств, но, отражая их, с этих позиций формировать соответствующее господствующим идеологическим установкам общественное мнение, используя искусство школы пропаганды. Поэтому симпатии вызывает позиция коммуникативистов, которые предлагают всемерно повышать уровень культурных вкусов и стремлений к знаниям и высоким достижениям искусства в широких слоях населения и с этой целью поддерживают идеи распространения и совершенствования компьютерной грамотности на базе новейших достижений не только техники, но и науки и культуры.

При этом понятие культуры не сводится ни к массовой потребительской культуре развлекательства, ни к индивидуалистической перформативности в постмодернистском духе киберлибертарианизма. На новые медиа (как и на традиционные средства массовой информации) возлагается миссия, связанная с развитием лучших традиций материальной и духовной культуры, способных пробуждать в людях стремление к творчеству и постоянному обогащению их

знаний о мире. Ради этой гуманистической цели предлагается использование и компьютерных средств связи для налаживания дистанционного обучения студентов, и повышение квалификации педагогов для ознакомления широкой публики с научными открытиями и разнообразием культурных достижений в разных странах, чтобы, опираясь на них, люди могли бы более осознанно и успешно решать всевозможные глобальные проблемы, понимая, что в их круг входят не только острейшая необходимость борьбы против загрязнения природной среды отходами производства, но и сохранение нравственного и культурного здоровья людей, живущих в многоликом и взаимосвязанном мире стран и народов в эпоху коммуникационной революции, приносящей им отнюдь не только блага [3].

Список использованной литературы

1. Бусыгина О. В. Функционирование информации как фактора достижения оптимального режима коммуникации : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / О. В. Бусыгина. — Казань, 2003. — 25 с.
2. Демина И. Н. Ценности в жизни общества: характеристика социальной роли / И. Н. Демина // Массмедиа и ценностные отношения в обществе. — М. : МедиаМир, 2013. — С. 17–25.
3. Землянова Л. М. Гуманитарная миссия современной глобализирующей коммуникативистики / Л. М. Землянова. — М. : Изд-во МГУ, 2010. — 272 с.
4. Castells M. *The Information Age: Economy, Society and Cultural*. Vol. 1. *The Rise of the Network Society* / M. Castells. — Oxford : Blackwell Publishers, 1996. — 608 p.
5. Cuilenburg J. van. *New Perspectives on Media Diversity. Toward a Critical-Rational Approach to Media Performance* / J. van Cuilenburg // *Changing Media and Communications*. — Moscow : Faculty of Journalism ; IKAR. 2002. — P. 113–129.
6. Slater D. *Social Relationships and Identity Online and Offline* / D. Slater // *The Handbook of New Media* / ed. by L. Lieverouw and S. Livingstone. Sage Publications. — London : Thousand Oaks ; New Delhi, 2002. — P. 533–546.
7. Toffler A. *The Third Wave* / A. Toffler. — N. Y. : Bantam Books, 1989. — 537 p.

References

1. Busygina O. V. *Funktsionirovanie informatsii kak faktora dostizheniya optimalnogo rezhima kommunikatsii. Avtoref. Kand. Diss.* [Information functioning as a factor of achieving an optimal performance of communication. Cand. Diss. Thesis]. Kazan, 2003. 25 p.
2. Demina I. N. Values in society's life: characteristic of social role. *Massmedia i tsennostnye otnosheniya v obshchestve* [Mass media and value relationships in society]. Moscow, MediaMir Publ., 2013, pp. 17–25 (in Russian).
3. Zemlyanova L. M. *Gumanitarnaya missiya sovremennoi globaliziruyushcheysya kommunikativistiki*. Humane mission of modern globalizing communication science]. Moscow State University Publ., 2010. 272 p.
4. Castells M. *The Information Age: Economy, Society and Cultural*. Vol. 1. *The Rise of the Network Society*. Oxford, Blackwell Publishers, 1996. 608 p.
5. Cuilenburg J. van. *New Perspectives on Media Diversity. Toward a Critical-Rational Approach to Media Performance. Changing Media and Communications*. Moscow, Faculty of Journalism, IKAR. 2002. Pp. 113–129.
6. Slater D. *Social Relationships and Identity Online and Offline*. In Lieverouw L., Livingstone S. (ed.) *The Handbook of New Media*. Sage Publications. London, Thousand Oaks, New Delhi, 2002. Pp. 533–546.
7. Toffler A. *The Third Wave*. N. Y., Bantam Books, 1989. 537 p.

Информация об авторе

Амкуаб (Миквабия) Гурам Артемович — кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой журналистики, Абхазский государственный университет, 384904, г. Сухум, ул. Университетская, 1, e-mail: gurik2009at@mail.ru.

Author

Guram A. Amkuab (Mikvabia) — PhD in History, Associate Professor, Head of Chair of Journalism, Abkhaz State University, 1 Universitetskaya St., 384904, Sukhum, Russia, e-mail: gurik2009at@mail.ru.