

И. М. Дзялошинский

Национальный исследовательский университет

«Высшая школа экономики» (Москва)

imd2000@yandex.ru

СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ: МЕДИА – РЕСУРС ИЛИ УГРОЗА?

Развитие: общая модель

Интуитивно очевидно, что любая система может достаточно длительное время функционировать, не меняясь, а может меняться. При этом изменения могут вести как к росту и усложнению системы – и это называется развитием, так и к распаду, деградации системы. Также интуитивно ясно, что развитие – двойной процесс: в нем уничтожается старое и на его месте возникает новое, которое утверждает себя в жизни не путем беспрепятственного развертывания своих потенциалов, а в борьбе со старым. Между новым и старым есть сходство, общее и различие; сосуществование и борьба; взаимоотрицание и взаимопереход. Новое возникает в лоне старого, достигая затем уровня, не совместимого со старым, и последнее отрицается.

Социальное развитие как процесс изменения (или смены) институциональных матриц

Любая активность общества, детерминирующая направленность социального развития, осуществляется по различным нормам и правилам, которые принято обозначать понятием «социальные институты». Известные исследователи К. Поланьи и Д. Норт высказали предположение о том, что система институтов каждого конкретного общества образует своеобразную институциональную матрицу, определяющую

спектр возможных траекторий его дальнейшего развития. Развивая эти идеи, С. Кирдина сформулировала положение о том, что «институциональная матрица – своеобразный генотип общества – складывается в момент образования государств и на протяжении их развития сохраняет свою природу». По мнению С. Кирдиной, человечество знает две базовые матрицы, которые во многом определяют образ жизни и социальной деятельности людей: *X-матрица* и *Y-матрица*. Каждая из этих матриц опирается на специфические именно для нее экономические, политические и идеологические институты.

Коммуникационные матрицы в системе социального развития

В системе институциональных матриц можно выделить комплекс коммуникационных матриц, которые представляют собой обязательные нормы и правила, которыми определяются взаимные поведенческие ожидания субъектов коммуникации. Можно предположить, что перспективы развития общества в целом в значительной степени определяются изменениями коммуникационных матриц. Переход от монологических, вертикально ориентированных коммуникационных матриц к диалогическим, горизонтальным матрицам можно рассматривать и как условие, и как индикатор действительного совершенствования любого общества.

Модели социального развития

Есть несколько попыток создать универсальную типологию, которая смогла бы охватить все многообразие существующих обществ и этапов их развития: типология Белла – доиндустриальное, индустриальное, постиндустриальное общество; типология Тоффлера – традиционное, модернизационное, современное общество; типология Поппера-Сороса – закрытое общество, общество переходного типа, открытое общество.

Несмотря на терминологические различия, все эти модели объединяет идея движения от традиции к инновациям, от относительно простых схем коммуникации ко все более сложным. Особенности указанных типов обществ можно охарактеризовать следующим образом (пользуясь терминологией Тоффлера).

Традиционное общество. Доминирование устной речи. Зависимость организации социальной жизни от религиозных или мифологических представлений. Цикличность, а не поступательность развития. Коллективистский характер общества и отсутствие личностного начала. Преимущественная ориентация на метафизические, а не инструментальные ценности. Авторитарный характер власти. Преобладание традиции над нововведениями.

Модернизационное общество. Доминирование письменной культуры коммуникаций; преобладание инновации над традициями; светский характер социальной жизни; поступательное развитие; ярко выраженное личностное начало; ориентация на инструментальные ценности; либерально-демократическая система власти; преобладание людей с активным деятельным психологическим складом. Особое значение в модернистской мысли приобретает идея поступательного развития, прогресса. Это и прогресс в области знаний (научный прогресс), и прогресс в области умений (технический прогресс).

Современное (постмодернистское) общество. В качестве производственных ресурсов выступают информация и знания; на первое место выдвигаются инновационные критерии производства, индивидуальный подход к потреблению, производство услуг. Однако главное отличие постмодернизма от модернизма заключается в тотальном разочаровании в перспективах построения разумного, светлого будущего и достижения новой

социальной и национальной справедливости. Все более активно рефлексруется проблема разумных пределов роста, поднятая в свое время Римским клубом. Практическим выражением этой тенденции является возрастающее внимание к экологии Земли.

Интеграция и конвергенция медиа — важная особенность постмодернизма

Речь идет о таких фундаментальных трансформациях медиапространства, как глобализация, то есть возможность практически мгновенного выхода за рамки отраслевых, корпоративных, национальных медиасистем в иные медиапространства; виртуализация, связанная с тем, что информационные образы объектов, персон и процессов теряют зеркальную связь с реальными образами; появление принципиально новых коммуникационных форматов: Web 1.0; Web 2.0; Web 3.0.; Web 4.0.

Основные особенности новых медиа приведены ниже.

1. Интегрированные коммуникации расширяют для любых индивидов возможности получать разную информацию.

2. Расширяется спектр интерпретаций действительности. В постиндустриальную эпоху основной «фабрикой» по производству смыслов становится система медиа во всем их нарастающем многообразии, помогающая человеку ориентироваться в социальных реалиях сегодняшнего дня. Общественное сознание современной эпохи в первую очередь «медиацентрическое». Именно это представляется наиболее важной новацией в порядке сложения картин мира в постиндустриальных сообществах.

3. Расширяются возможности создания и развития различных сообществ. На определенном этапе своего развития интегрированные коммуникации начинают формировать некие

сообщества, объединенные по различным, чаще всего, неполитическим и несоциальным признакам, которые начинают претендовать на то, чтобы их коммуникации рассматривались как общественно значимые. Причем, такие сообщества стремятся к постоянному количественному расширению.

4. *Расширяются возможности безопасной самореализации.*

В социальные коммуникации вовлекаются люди, не обладающие достаточной «социальной грамотностью». Интегрированные коммуникации и наличие специфических платформ коммуникаций превращают пассивных участников общественных процессов в условно активных участников и их интересы более четко артикулируются и учитываются. Привлечение большего числа условно активных участников дает возможность более уверенно апеллировать к «мнению общества». Этому способствуют как анонимность коммуникации, которая соответствует общему кризису рационализма, утверждению иррациональности социального бытия, утрате социальной реальностью своей определенности и устойчивости, так и возможность «игры» с ролями и конструирования множественного «Я».

5. *Появляется возможность обогатить, дополнить, а иногда и полностью реконструировать действительность.* Можно выделить два уровня виртуализации реальности, в зависимости от того, какая среда является преобладающей. *Первый уровень* — это все еще действительная реальность, на территорию которой проникли отдельные элементы виртуальности и каким-либо образом ее модифицировали. *Второй уровень* — полностью виртуальная среда, в которую погружен пользователь либо его виртуальное «продолжение».

6. *Появляется возможность активной самореализации через вмешательство в виртуальные проекты.* Невероятным успехом пользуются реалити-шоу, зритель которых не только наблюдает

за жизнью участников, но и напрямую влияет на нее, выбирая, останется ли участник в шоу или покинет его. Реалити-шоу создают некую квазиреальность, в которую с удовольствием погружаются зрители.

Медиапроблемы

Масштабы современных медиа и происходящие в этой системе процессы начинают вызывать тревогу у многих аналитиков и общественных деятелей. Ниже приведены некоторые из уже выявленных проблем.

1. Повышение значимости коммуникативной активности по сравнению с другими видами активности. Коммуникация оказывается главной стратегической игрой, в которой определяется успех или неуспех отдельного человека, организации, социальной группы и общества в целом (*коммуникационные императивы*). Сегодня слаб тот, кто не может громко заявить о себе, а тот, кто отсутствует в коммуникативной среде — практически не существует. Самореализация личности понимается как ее внешняя самодемонстрация.

2. Повышение зависимости индивида и общества от состояния коммуникативных сетей и процессов. Отсутствие возможности приобщиться к каналам коммуникации (или отключение от них) делает человека беспомощным. Коммуникативные способности становятся главным квалификационным критерием профессионального успеха. Чтобы обеспечить коммуникационный успех, необходимо постоянно отслеживать происходящее на профильном рынке и быстро реагировать на динамику дискуссионной конъюнктуры.

3. Невозможность отличить инсценировки от действительности. Замена «реальной реальности» «виртуальной реальностью». Современное коммуникационное общество живет в мире обра-

зов, которые создаются искусственно. Они становятся тем, что люди считают реальностью и что служит ориентирами для их мыслей, мнений, чувств и поступков. По мере того, как знаки, отсылающие к реальной действительности, заменяются так называемыми симулякрами, которые отсылают к самим себе или другим симулякрам, люди все больше оказываются опутанными сетью коммуникации, которая закрывает им доступ к реальности, находящейся вне этой сети. Человек оказывается настолько плотно охвачен сетью коммуникации, что не замечает утраты реальности, то есть реальный мир полностью подменяется виртуальным и человек не испытывает чувства отчуждения от себя и своих сограждан.

4. Инфляционные процессы в сфере коммуникации (девальвация слова). Объем коммуникации возрастает подобно тому, как в экономике увеличивается объем денежной массы, однако при этом взаимопонимание достигается все реже, подобно тому, как во времена денежной инфляции за одни и те же деньги можно приобрести все меньше товаров. Как следствие — падает доверие к коммуникации; обесцениваются слова, призывы и лозунги.

5. Оптимизация коммуникации по критерию «массовость» приводит к примитивизации содержания и развлекательности формы. СМИ, предлагающие серьезную, полную информацию о событиях локального, национального и глобального масштаба становятся все менее востребованными. Успехом пользуются издания, телеканалы, которые стремятся соответствовать быстрому темпу нашего времени и поддерживать «клиповое сознание» своей аудитории. Они подают материал броско, лапидарно, в легко усваиваемом виде. Отсутствие необходимости думать, предпринимать определенные интеллектуальные усилия приводит к атрофированию, отмиранию «серых клеточек».

6. Усиление «деприватизации». Информация о личности начинает рассматриваться как экономически выгодный товар и как источник власти, а современные научно-технические достижения предоставляют невиданные ранее возможности для накопления и использования такой информации и превращения ее в инструменты социального контроля и манипулирования человеческим поведением. Наиболее массивная и повседневная угроза — это создание компьютерных систем фиксации и обработки персональных данных. Современные компьютерные технологии позволяют мгновенно обмениваться информацией, сопоставлять и сводить воедино персональные данные, накапливаемые в разных информационных системах.

Выводы

Под социальным развитием целесообразно понимать процесс обновления или смены институциональных и коммуникационных матриц, определяющих формы реализации человеческой активности. Все формы активности человека связаны с доминирующими в обществе институциональными матрицами. В современном постиндустриальном, информационном обществе социальное развитие тесно увязано с совершенствованием коммуникаций. Неконтролируемое развитие медиакоммуникаций может повлечь за собой серьезные проблемы для развития общества и человека.