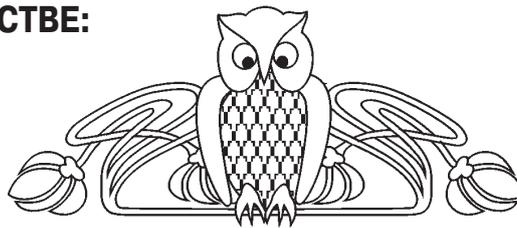




УДК [130.2+316.77](470+571)

МЕДИАПРОСТРАНСТВО В СЕТЕВОМ ОБЩЕСТВЕ: КОНТУРЫ НОВОЙ ВЛАСТВУЮЩЕЙ ЭЛИТЫ

Одинцов Андрей Валерьевич – аспирант кафедры теоретической и социальной философии, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского. E-mail: andrey_odin1@mail.ru



Статья посвящена рассмотрению развития медиатехнологий и формируемого ими медиапространства, а также их роли в создании, функционировании современного общества и осуществлении процесса управления им. Процессы коммуникации, вставшие по общественной значимости наравне с информационными, позволяют говорить о современном обществе не как об информационном, а как о сетевом, подразумевая, что данное понятие шире. Роль медиапространства настолько велика, что оказывает значительное влияние не только на внутриобщественные, но и на процессы управления обществом и, как следствие, на формирование властвующей элиты. Современное медиапространство выполняет роль хранилища фактической информации, способствует формированию коллективной памяти, предоставляет пути информационного распространения, механизмы формирования имиджа, установок, общественного мнения, социальных мифов. Соответственно, восприятие обществом современной действительности происходит через призму медиапространства, поэтому государственная система в целях самосохранения стремится к управлению им, обеспечению государственной монополии на него. Медиапространство не только меняет характеристики представителей властвующей элиты и их модель поведения, но и диктует новые условия рекрутирования ее состава. Властвующая элита формируется теперь, в том числе, из лиц, имеющих возможность управления медиапространством и навыки работы в нем. Элита становится медийной, имиджевой, информационно открытой и доступной.

Ключевые слова: медиапространство, сетевое общество, информация, коммуникации, технологии, властвующая элита.

DOI: 10.18500/1819-7671-2017-17-2-167-171

Стремительное развитие информационных технологий, несомненно, стало одной из главных, если не основной, причин глобального изменения общественных структур, трансформации политических, экономических взаимоотношений между субъектами социума, изменения системы ценностей. Информация, превратившаяся в самый ценный ресурс, опутала сетью весь мир, став при этом еще и механизмом общественного регулирования и управления геополитическими и экономическими процессами.

Роль информации, знания и технологий, их передающих, в новой системе общественного устройства ярко иллюстрирует современная культура: литература (например, «451 градус по Фаренгейту» Р. Брэдбери и «Анклавы» В. Панова), кинематограф («Эквилибриум»

К. Уиммера), молодежные субкультуры («Компьютерный андеграунд») и др. В научных трудах при характеристике уровня распространения информационных технологий часто используется термин «Сеть», что обусловлено главной информационной технологией современности – сетью Интернет. И именно развитие всемирной паутины, стремительное проникновение ее в каждый дом и вхождение в обиход каждого человека определяет дальнейшее распространение информации как ресурса и механизма взаимодействия общественных структур.

Социальную структуру, использующую в качестве основного механизма взаимодействия элементов Интернет, исследователи называют сетевой. Именно исследование сетевого общества становится магистральным направлением при изучении процессов, происходящих в современном обществе. Несмотря на активное использование данного термина, в социологии и социальной философии нет целостного, академически признанного трактования понятия сетевого общества [1, с. 89]. Также не утихают дискуссии о соотношении понятий «сетевое» и «информационное общество». На наш взгляд, наиболее точно это взаимоотношение отразил Ян Ван Дейк, считавший, что информация во многом влияет на сущность современного общества, в то время как сети формируют его организационные формы и инфраструктуры [2, с. 40]. Многие исследователи отмечают, что, хотя информация и продолжает играть значительную роль в жизни общества в контексте познания, постепенно ведущим становится понятие коммуникации. М. Кастельс, в частности, считает, что необходимо отказаться от понятия «информационное общество» и определять его в свете того, что действительно будет новым в современную эпоху, – через сети информационных технологий. Схожее мнение высказывает А. В. Назарчук, который призывает перестать обсуждать «вчерашние концепции» постмодернистского общества и перейти наконец к исследованию «коммуникационного общества» [1, с. 91].



О. Б. Давыдов также отмечает, что «возрастающая медиализация» общества и стремительное развитие сетевых технологий знаменуют собой становление новой информационной парадигмы, которая пришла на смену индустриальной социальной структуре [3, с. 48]. М. Кастельс, охарактеризовавший сетевое общество как «такое общество, в котором ключевые социальные структуры и деятельность его членов организованы вокруг сетей электронных коммуникаций», отразил еще одну закономерность: понятие информация в характеристике современных социальных процессов все теснее коррелирует с понятием коммуникация [4, с. 295–296], т.е. основным столпом сетевого общества становится информация не только как набор знаний, но и как процесс передачи этих знаний – коммуникации социальных структур.

Информационно-коммуникационные технологии в течение последних десяти лет стали основным инструментом познания действительности. Стремительное распространение сети Интернет диктует новые условия существования общества: «оцифровывается» процесс не только коммуникации, но и хранения информации, ее изучения и анализа. Английский термин «*media of mass communication*», то есть «средства массовой коммуникации», претерпев ряд изменений и сокращений с 1990-х гг., получил распространение в русскоязычном обществе как термин «медиа», а термин «медиапространство», этимологически означающий лишь область электронных коммуникаций, в настоящее время подразумевает все поле информационно-коммуникационных процессов, происходящих в обществе.

Исходя из вышеизложенного, можно сказать, что соотношение понятий «информационное пространство» и «медиапространство» схоже с соотношением понятий «информационное общество» и «сетевое общество». Последнее понятие имеет более широкий смысл, так как современное сетевое общество не ограничивается лишь технологической составляющей, но включает в себя и ряд других факторов: культурных, образовательных, экономических, политических и религиозных. Также данное утверждение перекликается с основной формулой медиафилософии «*Всё есть медиа*», которая позволяет рассматривать медиапространство более широко и выйти за рамки СМИ и массмедиа [5, с. 15]. И понятие «медиапространство» является более широким, нежели «информационное пространство», так как включает в себя не только технологический аспект хранения информации, но и процесс ее формирования, передачи, анализа и воспроизведения. Таким образом, технологии ме-

диапространства, или медиатехнологии, являясь инструментом управления информацией, становятся неотъемлемой частью сетевого общества, по сути, формируя это общество и его контекст, выстраивая новую социальную морфологию,

Медиатехнологии стимулируют глобализацию, стирая территориальные рамки. В результате появляется большое количество международных социальных организаций, созданных для взаимодействия единомышленников из самых разных государств. Глобализация зависима от информационной сферы жизни, которая характеризуется процессами, основанными на создании и распространении информации, формируется принципиально новый тип информационного социального взаимодействия: индивид становится «гражданином мира», уровень национального самосознания снижается и, как следствие, меняется мышление. Например, ни у кого не вызывает сомнения приоритет международного законодательства над национальным. Будоражившая десять лет назад умы идея создания единого европейского государства на базе Евросоюза сегодня воспринимается совершенно спокойно. Пространственные отношения человека становятся все более объемными, многосторонними и в то же время дифференцированными. Современный человек превращается в существо планетарное. «Многомерность жизненного пространства человека выражает множество самых неожиданных оттенков человеческой жизни, представляющих обостренный интерес для современного философского сознания», подчеркивает В. Б. Устьянцев [6, с. 1].

А. В. Ольшанская отмечает, что развитие коммуникаций в эпоху глобализации создает условия для новой дифференциации общества из-за сегментации получателей информации. Взаимодействие процессов коммуникации и глобализации рассматривалось в работах Ю. Хабермаса, М. М. Назарова. Ряд исследователей (В. И. Аршинов, Ю. А. Данилов) делали акцент на сущностных характеристиках сети Интернет в процессе глобализации общества [7, с. 4–6]. Сеть Интернет создала свое информационное пространство, не признающее границ и ограничений. Любые попытки государственного регулирования данного пространства остаются либо малорезультативными (например, действия Роскомнадзора по запрету файлообменных порталов), либо противоречащими здравому смыслу (например, разрешение на государственном уровне в Северной Корее лишь нескольких сайтов в сети). Современное общество привыкло иметь неограниченный доступ к информации, и лишать его этого доступа значит посягать на основы его существования.



Медиатехнологии в сетевом обществе выполняют еще одну функцию – имиджевую или мифотворческую. Исследователь социальной мифологии А. В. Ульяновский говорит о конкретной цели социального мифа – создании бренда, немаловажную роль в продвижении которого играют именно медиатехнологии. Роль медиатехнологий в создании имиджа отражена в исследованиях М. М. Бахтина: с его точки зрения, имидж – это знаковый элемент коммуникативной системы, который замещает явления идеального и материального мира и переносит их в пространство электронной коммуникации [8, с. 3]. Благодаря медиатехнологиям в информационно-коммуникативном пространстве можно создать образ (социальный миф, установку), который, функционируя в них, будет распространяться в обществе, приобретая элементы реальности и становясь частью действительности.

Стремительное распространение конкретной информации и ее влияние на сознание обозначается термином «вирусная информация». Современное общество, черпая информацию из Интернета, подвержено воздействию этого «вируса» тем более, если эта информация имеет признаки не только познавательной, но и аналитической и может быть выдана индивидом за продукт собственной мыслительной деятельности. Таким образом, мы можем говорить о манипулятивной функции медиатехнологий в сетевом обществе. Н. Больц, характеризуя данную функцию, отмечал, что поле боя в современных военных действиях возникает на мониторах [9, с. 48–50], имея в виду, что современные технологии позволяют даже военные действия имитировать на экране телевизоров и компьютеров, если необходимо манипулировать общественным сознанием. Аналогичная мысль образно выражена в классической американской сатире «Хвост виляет собакой» Б. Левенсона. Трансформация общества, основанного на сетевом принципе, обусловлена и тем, что сама сеть постоянно меняется. Уровень развития информационных технологий, с одной стороны, открывает просторы для человеческой фантазии, с другой – доводит искусственно созданный информационный продукт до крайней степени реалистичности, иногда подменяя собой реальность.

Что же касается воплощения фантазии индивида благодаря медиатехнологиям, то в основном она так или иначе направлена на его самопрезентацию, целью которой является желание индивида удовлетворить свое притязание на значимость. Такое желание, согласно Ю. Хабермасу, – источник любого человеческого действия. В сетевом обществе самопре-

зентация индивида в информационно-коммуникационном пространстве может определить статус, которым он будет наделен, функции, возложенные на него социумом. Поэтому тщательная работа молодых людей над своим профилем в социальных сетях – это далеко не всегда нарциссизм и безделье, часто – элемент индивидуальной самопрезентации, социализации и самоидентификации.

Таким образом, медиатехнологии в сетевом обществе выполняют ряд функций, направленных на управление информационным пространством. Как уже говорилось выше, контроль за информационным полем практически невозможен, так же, как тотальное управление. В информационное пространство возможно внесение ограничений, однако для этого необходимо привлечение колоссальных ресурсов в связи с неограниченностью и глобальностью информационно-коммуникативного пространства. Таким ресурсом в настоящее время обладает лишь государство, что, по сути, делает его единственным на национальном уровне «управленцем» в сфере медиапространства, так как СМИ, которые многие исследователи называют в числе модераторов информационно-коммуникативного пространства, должны функционировать в соответствии с конкретными и специальными нормативно-правовыми актами. Управление медиапространством становится новой государственной монополией наряду с монополией на применение силы, в отличие от последней государство может осуществлять первую повсеместно и незримо.

Информация является основным ресурсом сетевого общества, привычка получать необходимую информацию из многочисленных и доступных информационно-коммуникационных каналов отучила современное общество прилагать усилия для её добывания, анализа, выработки на ее основе собственных выводов. Поэтому информация, доведенная через медиатехнологии до общества, в основном воспринимается как истина, не требующая проверки. По сути, для формирования у индивида определенных образов и мифов достаточно окружить его необходимыми средствами получения информации и подготовить нужный информационный материал.

На основе вышеизложенного можно сказать, что в сетевом обществе сместился акцент силы и влияния: реальная власть находится в руках лиц, имеющих доступ к механизмам формирования и трансляции необходимой информации, обладающих ресурсами для контроля за информационно-коммуникационной средой. Властвующая элита, стремясь сохранить свое влияние, вынуждена использовать этот ресурс



и включать в свой состав имеющих доступ к медийному ресурсу, умеющих с ним работать, способных его частично контролировать. Например, сегодня любой руководитель любого уровня стремится иметь в штате сотрудника, отвечающего за работу со СМИ, взаимодействие с общественностью и т.д. При этом важным направлением воздействия становится образ (имидж) властвующей элиты: сформированный образ (представление об идеальной власти) должен ассоциироваться с её конкретными представителями. И напротив, представители элиты должны сформировать вокруг себя образ, воплощающий идеальную власть. В качестве подтверждения можно рассмотреть процессы «самоизбавления» властвующей элиты от немедийных членов и включение в неё представителей харизматичных, фотогеничных и т.д.: актеров, спортсменов, телезвезд, т.е. меняется принцип ротации властвующей элиты, ее качественный состав. Характерным признаком властвующей элиты современности является ее медийность и узнаваемость, которые становятся основой легитимности: обществу больше не нужны «серые кардиналы», социум хочет видеть своего лидера и восхищаться им.

Подводя итог, можно сказать, что в сетевом обществе в условиях, когда медиапространство играет пусть не главную, но значительную роль в жизни социума, властвующая элита становится элементом этого пространства наравне с другими социальными группами, т.е. находится внутри него. Элита, имея возможность влиять на медиапространство, не может его контролировать полностью и установить на него монополию, так как каждый его элемент (социальная группа или индивид) в той или иной степени может его изменять. При само-рекрутировании властвующая элита вынуждена учитывать имиджевую составляющую, т.е. прогнозировать, какой образ в медиапространстве

будет формировать отдельный представитель элиты и вся элитная группа. Кроме того, властвующая элита вынуждена формировать собственные механизмы и инструменты работы с медиапространством: для этого её частью становятся специалисты, работающие в сфере формирования медиапространства – представители СМИ, общественные деятели, известные представители культуры. Изменчивая структура медиапространства диктует новые правила игры для всего общества, и властвующая элита как его часть не является исключением.

Список литературы

1. Саенко Л. А., Егоров М. В. Сетевое общество в контексте современных социальных трансформаций // Дискуссия : политематический журн. науч. публикации. 2014. № 7 (48). С. 88–92.
2. Dijk V. J. The Network Society : social aspects of new media. Houten. The Netherlands, 2001. 48 p.
3. Давыдов О. Б. Сетевое общество и его бытие // Современные исследования социальных проблем. 2013. № 11 (31). С. 47–55.
4. Кастельс М. Информационная эпоха : экономика, общество и культура. М., 2001. 351 с.
5. Исмагилов Р. С. Медиафилософия как подход к исследованию медиапространства // Вестн. Челябин. гос. ун-та. 2014. № 17 (346). С. 14–16.
6. Устьянцев В. Б. Антропология жизненного пространства // Жизненное пространство человека и общества : сб. науч. тр. Саратов, 1995. С. 5–16.
7. Ольшанская А. В. Коммуникативный процесс в условиях глобализации : социально-философский анализ : автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 2005. 27 с.
8. Бахтин М. М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа. Эстетика словесного творчества. М., 1979. 301 с.
9. Воронцова Е. А. Кино как способ расширения визуального восприятия в культуре рубежа XIX–XX вв. // Аналитика культурологии. 2013. № 26. С. 46–58.

Образец для цитирования:

Одинцов А. В. Медиапространство в сетевом обществе: контуры новой властвующей элиты // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2017. Т. 17, вып. 2. С. 167–171. DOI: 10.18500/1819-7671-2017-17-2-167-171.

The Media in the Network Society: Outlines of a New Ruling Elite

A. V. Odintsov

Saratov State University

83, Astrakhanskaya str., Saratov, 410012, Russia

E-mail: andrey_odin1@mail.ru

The article is devoted to the development of media technologies and their media and their role in the creation, the functioning of

modern society and the implementation of process management. The processes of communication, have taken on social significance, along with the information, allow to speak about modern society not as information, but as a network, meaning that this concept is wider. According to the author, the role of media is so great that it has a significant impact not only on community processes, but also on the processes of social control, as a consequence – the formation of the ruling elite. Modern media acts as a repository of factual information, promotes the formation of collective memory, and provides ways of information distribution, mechanisms of formation of image, attitudes,



public opinion, and social myths. Accordingly, the public perception of modernity is through the prism of mediapresence, therefore, the state system for self-preservation is committed to the management of media space, providing for a state monopoly. The media not only changes the characteristics of the representatives of the ruling elite and their model behavior, but also sets new conditions for recruitment of the composition of the elite. The ruling elite is being formed now, including persons with the ability to control the media and the skills in it. The elite itself becomes media, branding, information open and accessible.

Key words: media, network society, information, communication, technology, the ruling elite.

References

1. Saenko L. A., Egorov M. V. Setevoe obshchestvo v kontekste sovremennykh sotsialnykh transformatsiy (The network society in the context of modern social transformations). *Diskussiya: politemicheskiy zhurn. nauch. publikatsiy* (Discussion: polythematic journal of scientific publications), 2014, no. 7 (48), pp. 88–92 (in Russian).
2. Djik V. J. *The Network Society: social aspects of new media*. Houten, 2001. 48 p.
3. Davydov O. B. Setevoe obshchestvo i ego bytie (Network society and its genesis). *Sovremennye issledovaniya sotsialnykh problem* (Modern research of social problems), 2013, no. 11 (31), pp. 47–55 (in Russian).
4. Castells M. *The Information Age: economy, society and culture*: in 3 vol. Vol. III. End of Millennium. Oxford, 2000. 325 p. (Russ. ed.: Kastels M. *Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kultura*: v 3 t. T. III. Konets tysyacheletiya. Pod red. O. I. Shkaratan. Moscow, 2001. 351 p.).
5. Ismagilov R. S. Mediafilosofiya kak podkhod k issledovaniyu mediaprostranstva (Media philosophy as an approach to the study of media space). *Vestn. Chelyab. gos. un-ta* (Bulletin of the Chelyabinsk State University), 2014, no. 17 (346), pp. 14–16 (in Russian).
6. Ustyantsev V. B. Antropologiya zhiznennogo prostranstva (Anthropology of living space). *Zhiznennoe prostranstvo cheloveka i obshchestva: sb. nauch. tr.* (The living space of man and society: collection of scientific papers). Saratov, 1995, pp. 5–16 (in Russian).
7. Olshanskaya A. V. *Kommunikativnyy protsess v usloviyakh globalizatsii: sotsialno-filosofskiy analiz*: avtoref. dis. ... kand. fil. nauk (Communication process in the context of globalization: a socio-philosophical analysis: autoref. diss. ... cand. of philosophy). Moscow, 2005. 27 p. (in Russian).
8. Bakhtin M. M. *Problema teksta v lingvistike, filologii i drugikh gumanitarnykh naukakh. Opyt filosofskogo analiza. Estetika slovesnogo tvorchestva* (The problem of text in linguistics, philology and other humanitarian sciences. Experience of philosophical analysis. Aesthetics of verbal creativity). Moscow, 1979. 301 p. (in Russian).
9. Vorontsova E. A. Kino kak sposob rasshireniya vizualnogo vospriyatiya v kulture rubezha XIX–XX vv. (Movie as a way of expanding visual awareness in the culture of XIX–XX centuries). *Analitika kulturologii* (Analytics of cultural science), 2013, no. 26, pp. 46–58 (in Russian).

Cite this article as:

Odintsov A. V. The Media in the Network Society: Outlines of a New Ruling Elite. *Izv. Saratov Univ. (N.S.), Ser. Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 2017, vol. 17, iss. 2, pp. 167–171. DOI: 10.18500/1819-7671-2017-17-2-167-171.