

ДИНАМИКА ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ В МУЛЬТИКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ

ВАРИЧ В. Н.

*Брестский государственный технический университет,
г. Брест, Беларусь*

Одним из значимых факторов развития современного постиндустриального общества является массовая коммуникация, приобретающая новые формы благодаря переходу информационно-компьютерной революции на новый этап, когда мобильное средство связи дополняется функциями персонального компьютера и возможностями выхода в глобальное информационное пространство, само существование которого стало возможным благодаря развитию электронных средств общения. В известной работе «Галактика Гутенберга: сотворение человека печатной культуры» [1] М. Маклюэн раскрывает взаимозависимость способов организации социальной жизни, средств коммуникации и ценностных ориентаций, преобладающих в духовной жизни людей. Выделяя электронные средства коммуникации в особый ее вид, он отмечает, что общение с их помощью размывает границы между частной жизнью человека и общественным пространством, а также перестраивает духовный мир личности, в котором классификация воспринятых явлений и типологизация ценностей более не представляются необходимыми.

Массовая электронная коммуникация кладет конец экономической, социальной, культурной и психологической изоляции, а мгновенная связь всех со всеми, по образному выражению Маклюэна, превращает мир в «глобальную деревню». В современную эпоху развития мировых и локальных информационных сетей формируются специфические социальные общности, которые не сравнимы ни с сословиями, ни с классами, ни с какой либо другой ранее известной социальной структурой. Перманентная включенность в глобальный информационный поток приводит к тому, что личный духовный опыт человека разворачивается на фоне непрерывного воздействия многообразных явлений социальной действительности, не подвергающихся какой бы то ни было селекции. Моментальная связь и не прекращающаяся подача информации уничтожают ту пространственную и временную дистанцию, которая раньше разделяла участников коммуникации. Каждый из них общается не только с родственниками, друзьями и коллегами по работе, но и (косвенным образом) с совершенно чужими людьми, поневоле разделяя их сиюминутные проблемы и заботы. Такой непрерывно воспроизводящийся процесс коммуникации не является ни собственно общением в привычном понимании слова, ни инструментальной коммуникацией, которая преследовала бы какие-то рационально постижимые цели.

В этих условиях реальная коммуникация сменяется симуляцией общения, а на смену социальному пространству приходит гиперреальность (термин

принадлежит Ж. Бодрийяру). Реальность представляет собой определенную целостность, на которую индивид проецирует свое сознание и деятельность, – своего рода сцену, на которой разыгрывается персональная или коллективная драма субъекта, даже если эта реальность является символической или воображаемой. Гиперреальность – это всего лишь экран или сеть и поэтому не может стать тем универсумом, на который человек обращает свои представления, аффекты и фантазии: «... в этом смысле психологическое измерение исчезло, и даже если оно всегда может быть во всех мелочах размечено, чувствуется, что оно нереально, что вещи улетучились» [2, с. 127]. И объекты, к которым обращается субъект, и среда, в которой он с ними взаимодействует, приобретают «обсценный» характер – они существуют не на упомянутой сцене и даже не за ней, а находятся вообще за пределами реальности субъекта. Происходит это, по мнению Бодрийяра, по трем взаимосвязанным причинам: 1) средства коммуникации становятся все более формальными и абстрактными; 2) способы общения гомогенизируются в едином информационном пространстве; 3) телесные действия заменяются электронными командами.

Анализ Ж. Бодрийяра основывается на изучении того воздействия, которое оказало (и оказывает) на сознание и поведение современного человека телевидение. Однако его слова как нельзя более актуально звучат и в наши дни, когда на смену телевидению пришли информационные технологии. Со сцены реального взаимодействия людей исчезают сами актеры, их действия развертываются по большей части на мониторах персональных компьютеров или на сенсорных экранах мобильных телефонов. Более того, те события, которые раньше происходили в личном или социальном пространстве, теперь совершаются в бесконечно малых пространственно-временных промежутках, достаточных для взаимодействия с электронным устройством: «Остаются лишь концентрированные эфффекты, миниатюризованные и доступные непосредственно» [2, с. 129].

Мгновенность коммуникации стирает грань между домашней жизнью с ее суверенным символическим пространством и тем, что происходит за ее пределами. Поэтому «большинство интимных процессов нашей жизни становится виртуальной питательной почвой для медиа... Наоборот, целый универсум начинает произвольно разворачиваться на вашем домашнем экране...» [2, с. 130]. Эти слова звучат удивительно пророческим образом, учитывая те возможности, которые современные технологии открывают каждому человеку для публичной демонстрации его повседневной жизни, и те реакции на нее со стороны других пользователей социальных сетей, которые способны влиять не только на собственное представление индивида о себе, но и на его ценностные ориентации в целом. За много лет до проявления социокультурных следствий информационно-компьютерной революции Бодрийяр назвал такое состояние экстазом коммуникации – погруженностью в перманентный процесс насыщения информацией в качестве его фрагментарного участника, принудительной экстраверсией всего внутреннего и принудительной инверсией всего внешнего [см. там же].

Подобная коммуникация означает отсутствие уединенности, абсолютную близость с другими участниками информационного процесса и в конечном итоге неспособность провести границу собственного существования. Самоидентификация, осознание себя как личности с устойчивой системой ценностей

и убеждений оказывается затрудненным; по образному выражению Бодрийяра, человек теперь – «лишь чистый экран, переключающийся центр для всех сетей влияния» [2, с. 133]. Массовая коммуникация формирует социокультурное пространство, в котором внешняя среда интроецирована до такой степени, что индивидуальность подавляется уже в зародыше: «Интеллектуальный и эмоциональный отказ «следовать со всеми» предстает как свидетельство невроза и бессилия» [3]. Этот вывод, сделанный Г. Маркузе задолго до появления современных средств коммуникации, наполняется в наше время новым содержанием – на индивида воздействует уже не только массовая культура в устоявшемся понимании этого слова, но и «лайки» под опубликованными в социальных сетях постами. Вполне возможно, что не только психологический комфорт, но и социальный статус личности в обозримом будущем будет определяться количеством положительных реакций на ее активность в информационном пространстве.

Все те проявления массовой культуры, которые были характерны для индустриального общества, не утратили силы своего воздействия и сейчас – от индустрии детства до технологий манипулирования общественным сознанием в ходе политических кампаний. Однако современная массовая коммуникация с ее непрерывным и беспорядочным воздействием на человека возвращает его к самым примитивным формам ассоциирования – непосредственной автоматической идентификации, не затрагивающей личностные основания человеческой жизни. Человек оказывается подчиненным «интегральной технологии, подавляющей виртуальной реальности, фактическому господству сетей и программ, которое уже очерчивает инволюционный, стареющий профиль человеческого рода вообще» [4, с. 23]. В силу же того, что границы между частным и публичным размыты, социальные отношения также развиваются внутри сетей коммуникации. Социальное действие подменяется виртуальным согласованным взаимодействием, а субъекты коммуникации становятся индифферентными не только по отношению к собственной субъективности, но и применительно к отчуждению от социальной реальности. Даже в интерактивном общении посредством компьютерных технологий не происходит реального обмена, общение заменяется гомеостазом, ликвидирующим все отличия.

Коммуникативную среду, в которой происходит гомогенизация средств коммуникации, а субъективные различия нивелируются, довольно затруднительно назвать пространством межкультурной коммуникации или мультикультурной средой. С этой точки зрения можно согласиться с той характеристикой, которую давал ей Бодрийяр: в такой коммуникационной среде происходит не выработка, а метастазирование значений, ценностей и смыслов. Избыток информации распространяется по поверхности, участники коммуникации подключаются друг к другу через интерфейс электронного устройства подобно тому, как прибор подключается к розетке. При этом общение осуществляется как единый мгновенный цикл, не оставляя времени на осмысление и оценку, для которых понадобились бы молчание и тишина. Перерыв же в коммуникации (или хотя бы временное отсутствие доступа к ней) воспринимается как катастрофа – «нарушение, полное и тревоги, и ликования, подтверждающее, что любая коммуникация, по сути, есть лишь принудительный сценарий, непрерывная фикция, избавляющая нас от пустоты – и не только от пустоты экрана,

но и от пустоты нашего умственного экрана, на котором мы с не меньшим вождением ждем изображения» [5, с. 22]. Средством против окончательного признания гомогенности культурного пространства, которое формируется современными средствами коммуникации, становится метафора «другого», в которой реализует сохранившиеся представления о различиях. Но в том случае, когда «другой» действительно отличается от гомогенной массы общающихся, они не предпринимают усилий для его понимания и принятия, а просто включают во всеохватывающий процесс размывания ценностей – в полном согласии с давней французской поговоркой, согласно которой для лакея нет героя.

Суммируя сказанное, можно сказать, что современные средства коммуникации являются одним из факторов развития особой формы социальности, в которой возникают и функционируют новые виды социальной организации и новые виды социальных общностей. Как таковые, они принципиально отличаются от тех способов социального взаимодействия, которые существовали в доиндустриальном и индустриальном обществе, поскольку характеризуются размыванием границ между личным и публичным, усреднением ценностных установок, однородностью коммуникации, ее нетранзитивностью, непрерывностью и неупорядоченностью. В этих условиях формирование устойчивых ценностных ориентаций и развитой системы убеждений весьма затруднено, а самоопределение и самореализация личности в большой степени подменяются навыками использования средств массовой коммуникации и умением адаптироваться к тем настроениям, которые царят в информационных сетях в текущий момент.

Литература

1. Маклюэн, М. Галактика Гутенберга: сотворение человека печатной культуры / Г. Маклюэн; пер. с англ. – Киев : Ника-центр, 2003. – 432 с.
2. Бодрийяр, Ж. Экстаз коммуникации [Электронный ресурс] / Jean Baudrillard. Ecstasy of Communication // The Anti-Aesthetic. Essays on Postmodern Culture; пер. с франц. Д. В. Михель. – Port Townsend: Bay Press, 1983; – P. 126–133. – Режим доступа: <https://www.litmir.me/br/?b=106882&p=20>. – Дата доступа: 31.05.2021.
3. Маркузе, Г. Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества [Электронный ресурс] / Г. Маркузе; пер. с англ. – М. : Издательство АСТ, 2002. – 528 с. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/library/basis/5440/5441>. – Дата доступа: 31.05.2021 .
4. Бодрийяр, Ж. Насилие глобализации / Ж. Бодрийяр // Логос. – 2003. – № 1.
5. Бодрийяр, Ж. Прозрачность зла / Ж. Бодрийяр; пер. с франц. – М. : Добросвет, 2000. – 258 с.

Ключевые слова: коммуникация, ценность, ценностная ориентация, информационные технологии.

Key words: communication, value, value orientation, information technology.

В статье дана характеристика особенностей современной коммуникации и того влияния, которое она оказывает на развитие ценностных ориентаций.

The article describes the characteristics of the features of modern communication and the influence that it has on the development of value orientations.