

**СОЦІОЛОГІЯ ДРУГОГО МОДЕРНУ:
ПРОБЛЕМА ПЕРЕВИЗНАЧЕННЯ
ПОНЯТЬ СУСПІЛЬСТВОЗНАВЧОГО
ДИСКУРСУ**

Збірник наукових праць

Чантурия А.В. КУЛЬТУРА ВТОРОГО МОДЕРНА: В ПОИСКАХ
УТРАЧЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ..... 134

СВІТ-СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ. ГЛОБАЛІЗАЦІЯ. МОДЕРНІЗАЦІЯ

Бабін Б.В. МІЖНАРОДНЕ ПРОГРАМНЕ РЕГУЛЮВАННЯ
КРІЗЬ ПРИЗМУ ФЕНОМЕНІВ ПОСТМОДЕРНУ..... 142

Вербовський О.В. ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ
НА ВИХОВАННЯ КУЛЬТУРИ
МІЖНАЦІОНАЛЬНИХ СТОСУНКІВ..... 152

Гаврилов Н.И. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ТУПИКИ
МИРОСИСТЕМНОГО АНАЛИЗА
КАК ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ТЕХНОЛОГИИ..... 157

Еременко Ю.В. ЭСТЕТИЧЕСКИЙ ТЕРРОР: ОТ БЕЗОБРАЗНОГО
К БЕЗОБРАЗНОМУ..... 168

Кузьмин Н.Н. ОБЩЕСТВО И КУЛЬТУРА КАК
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ АБСТРАКЦИИ И КОНЦЕПТЫ
В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВОВЕДЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ..... 173

Молодцов Б.И. «ДЕМОНИЗМ» КАК ПАРАДОКСАЛЬНОЕ
ПРОЯВЛЕНИЕ СУБСТАНЦИАЛЬНОЙ ПРИРОДЫ
СТОИМОСТИ..... 181

Попов В.Б. АСТАДИАЛЬНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ:
РЕАЛСОЦИАЛИЗМ И ТЪЕРМОНДИАЛИЗМ
В СОЦИЕТАЛЬНОМ УНИВЕРСУМЕ..... 191

Рознатовский И.В. ТЕОРИЯ КОНФЛИКТА КАК ИНСТРУМЕНТ
ИЗУЧЕНИЯ ТЕРРОРИЗМА..... 200

Тягнибедина О.С. СУЩНОСТЬ ОБЩЕСТВА В НОВОЙ
СОЦИАЛЬНОЙ ТЕОРИИ «МИР-СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ»
И. ВАЛЛЕРСТАЙНА..... 206

Шумилов А.В. КОНЦЕПТ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: НОВЫЙ
ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН..... 216

Чантурия А.В.,

кандидат философских наук,
доцент кафедры философии и социологии
ЛНУ имени Тараса Шевченко

КУЛЬТУРА ВТОРОГО МОДЕРНА: В ПОИСКАХ УТРАЧЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Abstract

The Second modern culture: in the search of the lost reality

In the article asserts the idea that the development of the economy of attention is characteristic for the Second modern society. It leads the thrillerization of the discourse about a reality and promotes the destabilization of a society.

Key words: culture, economy of attention, discourse, thrillerization, suspense, «the risk society», the Second modern.

Аннотация

Культура Второго модерна: в поисках утраченной реальности

В статье обосновывается мысль, что для общества Второго модерна характерным является развитие экономики внимания. Это приводит к триллеризации дискурса о реальности и способствует дестабилизации общества.

Ключевые слова: культура, экономика внимания, дискурс, триллеризация, саспенс, «общество риска», Второй модерн.

Анотація

Культура Другого модерну: у пошуках втраченої реальності

У статті обґрунтовується думка, що для суспільства Другого модерну характерним є розвиток економіки уваги. Це призводить до тріллерізації дискурса про реальність та сприяє дестабілізації суспільства.

Ключові слова: культура, економіка уваги, дискурс, тріллеризація, саспенс, "суспільство ризику", Другий модерн.

Многочисленные рассуждения о перспективах развития человечества и успехах–издержках глобализации уже не вызывают у современного человека глубокой заинтересованности, которая могла бы стать основой для соответствующей рефлексии. Складывается впечатление, что наиболее популярные авторы подобных рассуждений, как

в масс-медиа и сфере искусства, так и в научной среде, вовсе не заботятся о том, чтобы их сценарии будущего чему-то соответствовали. Постмодернистское наследие в интерпретации реальности надолго лишило ее сущностных черт, а в сфере культурных моделей прочно утвердилось представление о символах как мере всех вещей.

В ситуации, когда открываются невиданные ранее возможности для творчества, самовыражения, общения, самосовершенствования, досуга и даже реализации гедонистических устремлений, человек все чаще чувствует неполноту реальности и неудовлетворенность культурой. «На наших глазах разваливается картина мира, консолидированная метафизикой. Элементы грядущего уже не схватываются старым мышлением. Несмотря на все попытки восстановления социальной и психологической стабильности, паутина традиционных ценностей, обычаев, привычек расплывается. Срезаны старые корни. На нашем пороге – второе пришествие «жуткого гостя», нигилизма. «Пустыня растет», – говорил Ницше. Сегодня она растет глобально» [1, 174].

Мир движется в будущее, которое столь стремительно теснит прошлое, что не оставляет времени на осмысление настоящего. Мобильная связь, интернет, «разумные вещи», киборгизация и множество других достижений современной цивилизации порождают формы взаимодействия людей, которые научная мысль просто не в состоянии своевременно охватить с помощью концептуальных моделей.

В период, когда одной из основных проблем развитого мира является дефицит ресурсов, признается, что поистине неизученными и неисчерпаемыми остаются возможности внутреннего мира человека. Так, австрийский общественный деятель и философ Конрад Беккер, которого называют теоретиком «информационного антиглобализма», утверждает, что информационное общество работает с процессами человеческой психики, а основой управления этими процессами является экономика внимания. Изобретены и изобретаются тонкие способы контроля, тонкие техники подчинения. Они работают с сознанием, памятью, убеждениями, способностью принятия решений, воображением, – то есть не с телом, а с тем, что составляло и составляет личностные характеристики человека. Культура становится «оружием XXI столетия» [2].

Следует отметить, что культура является не только оружием, но и плацдармом, который капитализм сегодня стремительно отвоевывает, превращая в достижения цивилизации. Фернан Бродель, анализируя особенности становления капитализма, подчеркивал, что в силу обладания относительной свободой движения, именно капитализму дано было выбирать области, куда он желает и может вторгнуться, и те, какие он предоставит их собственной судьбе, без конца воссоздавая из своих первичных элементов собственные структуры и мимоходом понемногу трансформируя чужие [3,

524]. Сегодня областью, в которую капитализм «желает и может вторгнуться», является культура. То, что культурные символы становятся источником дохода, средством манипулирования, элементом потребления и т.д., не вызывает сомнений. Борьба за внимание потребителей становится основным принципом деятельности не только представителей бизнеса, но и политиков, деятелей культуры, и даже ученых.

Одной из особенностей человека является то, что его неизменно привлекает все необычное, новое, неизвестное и неизведанное. Стремление удивлять и удивляться стимулирует непредсказуемое развитие культуры. Особенно в ситуации, когда сама реальность все чаще превращается в фантом культуры. Все большее количество людей получает возможность «заявить» о себе, «обозначить» себя в огромном мире, стать полноценным творцом культурных ценностей. Сегодня человек без специального образования может исполнять и «создавать» музыкальные произведения, конструировать и обрабатывать графические изображения, снимать клипы и фильмы. Рассуждения об элитарности культуры и демократичности цивилизации теряют былую значимость. Человеческая жизнь, человекоразмерная реальность предстает как процесс непрерывной реализации еще вчера казавшихся принципиально неосуществимыми культурных проектов в культурных продуктах.

Если процессы, происходящие в человеческой психике, приобретают столь важное значение в информационном обществе, то управление этими процессами действительно открывает новые возможности для экономики внимания. Современный капитализм, постоянно расширяющий границы возможного в поисках новых источников прибыли, сталкивается с тем, что требуется все больше усилий для привлечения внимания потребителей. Вот почему производители культурных символов, образов все чаще делают ставку на сенсационность, остроту, вызывающий характер, а вовсе не на значимость или истинность. Критический анализ тиражируемой информации приводит к полной ее дискредитации. «Если в информационном обществе возникла надежда с помощью всех благ компьютерной революции стать более информированным, чем раньше, узнавать быстрее и полнее все, что происходит в мире, в культуре, в науке и технике, то сегодня эта надежда рухнула под напором избыточной и часто сфальсифицированной информации. И действительно, все, а не только отдельные философы, поняли, что знают определенно только то, что на самом деле ничего не знают» [4, 66].

Современные производители стремятся предлагать то, что вызывает любопытство и привлекает внимание, является интересным для потребителя. Вот почему для различных видов современного дискурса характерна триллеризация. Существительное *thrill* переводится с английского как «сильное волнение, трепет», соответствующий глагол – как

«вызывать острые эмоциональные ощущения». Отсюда и «триллер» – жанр литературы и кино, который не имеет четких границ, но к которому относят произведения, стремящиеся вызвать у зрителя ощущение напряжённого переживания, волнения, и, тем самым, неизменный интерес и внимание.

Триллеризация предполагает наличие саспенса (от англ. suspense – беспокойство, тревога ожидания). Этот художественный прием известный французский режиссёр Франсуа Трюффо определил как «нарастание напряженного ожидания». Термин применяется преимущественно в кинематографе и обозначает состояние зрителей, возникающее при просмотре особо волнительных сцен фильма. Во время таких сцен зрители испытывают максимальное эмоциональное вовлечение в происходящее на экране, переживают за героев, с нетерпением ждут развязки событий. Признанный мастер саспенса в кино, Альфред Хичкок, полагал, что цивилизация отнимает у человека способность непосредственно реагировать на что бы то ни было. Только искусственные приемы, действующие на грани шока, дают возможность избавиться от омертвения и восстановить душевное равновесие. Наилучшим образом эта цель достигается с помощью кино. Трюффо утверждал, что «кино, которое делает Хичкок, до такой степени концентрирует внимание публики на экране, что арабские зрители перестают лущить свои орешки, итальянцы забывают закурить сигарету, французы оказываются не в состоянии заигрывать с соседкой, шведы – заниматься любовью между рядами...» [5]. Таким образом, если верить французскому режиссеру, саспенс являет собой яркий пример не только художественного приема, но и успешной технологии культурной глобализации.

Риторичку триллера можно обнаружить и в научном дискурсе. Так, Ульрих Бек, характеризуя «общество риска» как часть Второго модерна, отмечает, что «...одна из основных черт «общества риска» состоит в том, что границы между исчисляемым риском и неисчисляемой неопределенностью (небезопасностью)... очень неясны. Это имеет многообразные последствия: Опасность представляет «разрушительная сила войны»... Мы становимся членами одной «команды мировой опасности»... Наука не уменьшает риск, но обостряет сознание риска... Страх определяет чувство жизни... «Экономика страха» обогащается во всеобщем разрушении нервов... Безопасность, подобно воде или электричеству, становится одним из общественно организованных потребительских благ» [6, 10-11].

«Общество риска» формирует культуру саспенса. Современный «культурный продукт» в погоне за вниманием потребителя настолько перенасыщен всем тем, что «разрушает нервы», что зачастую становится катализатором массовой агрессии, фобий, эмоционального опустошения. Так, средства массовой информации превращают в

вызывающее острые ощущения действие любое событие, даже имеющее деструктивные социальные последствия. Внимание зрителя-потребителя становится целью, которая оправдывает любые средства. «В экстремальные моменты террористических катастроф телевидение является не просто информационным окном в мир трагических событий, оно индуцирует террористические угрозы, интенсифицирует их. Благодаря телевидению происходит адаптация общества к насильственным проявлениям под знаком террора. В экранном облики терроризм обладает всеми достоинствами хорошо «закрученного» кассового сценария – это тайна, стремительное и непредсказуемое развитие сюжета, много действия, психологическое напряжение, драматичность, сильные эмоции. Все эти свойства являются естественными стимулами для телевизионного инфотейнмента (разыгрывания новости – А.Ч.), подталкивающего медиа-менеджеров к использованию терроризма в своих коммерческих интересах» [7, 24].

Роль СМИ в жизни современного украинца трудно переоценить, учитывая тот факт, что 83,3 % жителей нашей страны проводят свой досуг за просмотром телепередач, а 58,3 % – за чтением газет [8]. Евгений Копатько, руководитель Research & Branding Group, группы компаний в области исследований рынка и рекламной деятельности, опираясь на данные социологических исследований, отмечает, что жители Украины находятся в негативном информационном пространстве. Существует прямая зависимость между настроениями людей и негативной информацией, подаваемой СМИ. Анализ новостных программ показал, что в некоторых выпусках новостей не было ни одного позитивного сюжета. По мнению журналистов, такая ситуация является естественной, поскольку они дают то, что смотрят люди. Позитивный запрос на информацию в обществе игнорируется украинскими СМИ, они «кошмарят» свою страну. Результаты социологических исследований приводят к выводу, что в украинском обществе накоплен огромный потенциал недовольства, которое может взорвать Украину в любой момент [9].

По данным опроса, проведенного экспертами Института Горшенина в рамках программы исследований «Пульс кризиса» с 22 по 25 октября 2008 года во всех областных центрах Украины, Киеве и Севастополе, подавляющее большинство украинцев заявляют, что экономическая ситуация в Украине ухудшилась (87,1% респондентов), а 79,3% боятся последствий экономического кризиса. Специалисты Института Горшенина отмечают, что эти страхи можно назвать фантомными страхами, вызванными преимущественно сообщениями средств массовой информации и истерией, которая нагнетается политиками [10].

Отечественные творцы культурных символов сегодня всю эксплуатируют возможности саспенса в новых медиа-сценариях, которые условно можно объединить

общим слоганом «Кризис всегда с тобой!». «Травмирующая реальность» заполонила не только новостные и общественно-политические программы. Даже реклама сегодня вполне способна поддержать в украинском обществе ощущение «страха и трепета», поскольку отказ от покупки может стимулировать тревожное ожидание драматической развязки, предрекаемой создателями рекламных сюжетов. Вот одна из схем: «Сейчас кризис, и Вы вынуждены экономить, но разве можно экономить на ребенке? Ребенку необходимо лучшее, поэтому купите...» Завуалированный вопрос «Разве Вы желаете зла своему ребенку?» не дает родителям возможности мыслить логически, поскольку включает эмоции. Производители с помощью морального насилия добились своего, но это вовсе не означает, что ребенок действительно получил лучшее из возможного. Запугивание стало одним из самых популярных методов так называемой «палочной рекламы»: не будете покупать наше антибактериальное мыло – получите заражение крови, не будете пользоваться нашим дезодорантом – люди не захотят ездить с вами в лифте, не будете жевать нашу жевательную резинку – девушка откажется с вами целоваться и т.д. [11].

Опасность негативной и агрессивной информационной среды для общества – вовсе не плод фантазии политиков или обеспокоенной общественности. Еще в конце прошлого века американский социолог Дэвид Филипс описал так называемый «феномен Вертера». История открытия этого феномена связана с романом Гете «Страдания юного Вертера», главный герой которого совершает самоубийство. Книга оказала громадное воздействие на читателей. Она не только сделала Гете знаменитым, но и вызвала волну самоубийств по всей Европе. Феномен был настолько мощным, что власти в некоторых странах запретили роман. Дэвид Филипс внимательно изучил статистические данные о самоубийствах в Соединенных Штатах с 1947 по 1968 год. Исследование, проведенное Филипсом, показало, что сразу после публикации на первых страницах газет рассказа о самоубийстве число совершаемых самоубийств резко увеличивается в тех географических районах, где данный случай получил широкую огласку. Филипс считает, что некоторые неуравновешенные люди, прочитав о самоубийстве какого-либо человека, убивают себя в подражание ему. Филипс также провел серию широкомасштабных исследований причин убийств и выяснил, что число совершенных убийств резко увеличивается после широкого освещения средствами массовой информации актов насилия [12].

Трудно поверить, что нынешние производители деструктивной информации не знакомы с феноменом Вертера. Ощущение нарастающего напряжения не может длиться бесконечно. Человек в состоянии сложного жизненного выбора, подталкиваемый извне красочными образцами «возможных» решений, все чаще оказывается беззащитным перед навязываемой моделью реальности.

Нет никаких оснований утверждать, что в украинском обществе сложился устойчивый спрос преимущественно на негативную интерпретацию событий действительности, или, что большая часть жителей нашей страны исключительно по доброй воле предпочитают пребывать в постоянном напряженном ожидании драматического будущего. Киевский международный институт социологии провел исследование "Видение жителями Украины своего будущего". Согласно его результатам, часто задумываются о своем будущем только 59,1% опрошенных, никогда – 6,2%. 51,9% украинцев смотрят в будущее с оптимизмом, 20,2% видят его таким же, как и сегодняшний день, а завтра кажется хуже, чем сегодня 15,1% респондентов. Признали, что у них уже нет будущего, – 2,7% [13].

Таким образом, в эпоху Второго модерна переопределяются не только границы между природой и обществом, нами и другими, жизнью и смертью, знанием и незнанием, но и границы между реальностью и ее образом, непрерывно формируемым культурой. Если постмодернизм вполне может игнорировать реальность, предполагая самодостаточность знаковой сферы культуры, то в обществе Второго модерна реальность вновь напоминает о себе. Эксперименты в научном дискурсе, искусстве, информационном пространстве наряду с научно-техническими достижениями становятся факторами значительных социальных изменений. Не культура ИЛИ реальность имеют значение, но И культура, И реальность.

Литература

1. Миронов В.Н. Философия истории Фридриха Ницше // Вопр. философии. – 2005. – № 11. – С. 163-175.
2. Беккер К. Словарь тактической реальности. Культурная интеллигенция и социальный контроль. Перевод Олега Киреева // Библиотека сайта Re@ligion. [2003]. URL: http://realigion.ru/library.asp?act=review_all&gID=0&nID=1397 (дата обращения: 10.05. 2009).
3. Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV – XVIII вв. Т. 1. Структуры повседневности: возможное и невозможное / 2-е изд.; пер. с фр. Л.Е. Куббеля; вступ. Ст. Ю.Н. Афанасьева. – М.: Издательство «Весь мир», – 2006. – 592 с.
4. Горохов В.Г. Научно-техническая политика в обществе *не-знания* // Вопр. философии. – 2007. – № 12. – С. 65-80.

5. Саспенс // Сайт Alfred Hitchcock. [2008]. URL: <http://alfred-hitchcock.ru/suspense/> (дата обращения: 02.06. 2009).
6. Социология: профессия и призвание. Интервью с профессором Ульрихом Бекон // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2003. – Том VI. – № 1. – С. 5-23. [Электронный ресурс] // Сайт Фонда «Общественное мнение». [М., 2003 – 2007]. URL: <http://club.fom.ru/books/doc1604071337.pdf> (дата обращения: 10.05. 2009).
7. Петухов В.Б. Феномен терроризма в информационном пространстве культуры: Автореф. дис. ... доктора культурологии: 24.00.01/ МПГУ. – М., 2009. – 49 с. [Электронный ресурс] // Официальный сайт ВАК Министерства образования и науки Российской Федерации. [М., 2004 – 2009]. URL: vak.ed.gov.ru/common/img/uploaded/files/vak/announcements/Kultur/2009/06-04/PetukhovVB.doc (дата обращения: 02.06.2009).
8. Стріха М.В., Рябчук М.Ю., Метельова Т.В. Дослідження трансформації культурних практик та споживання культурних товарів і послуг у сучасному українському суспільстві. Аналітична записка // Сайт Українського центру культурних досліджень. [К., 1994 – 2008]. URL: http://www.culturalstudies.in.ua/zv_2004_6.php (дата обращения: 30.05. 2009).
9. Украинцы настолько устали от хаоса и анархии, что значительная часть из них готова пожертвовать своими гражданскими свободами // Сайт Research&Branding Group. [К., 2007 – 2009]. URL: <http://www.rb.com.ua/rus/company/publications/2009/3780.html> (дата обращения: 30.05. 2009).
10. Большинство украинцев не опасаются последствий экономического кризиса // Газета по-киевски Онлайн: новости Киева, подробности, политика [29.10.2008 в 10:45]. URL: <http://mycityua.com/news/country/2008/10/29/104526.html> (дата обращения: 28.05. 2009).
11. Шпанер Л. Агресія і телебачення // Сайт ЛНУ імені Івана Франка. URL: <http://www.franko.lviv.ua/mediaeco/zur-kryt/n14/shpaner.htm> (дата обращения: 25.05. 2009).
12. Чалдини Р. Б. Психология влияния // Сайт «Окулус». [2000]. URL: <http://oculus.ru/stat.php?id=106&gl=7> (дата обращения: 30.05. 2009).
13. Кириченко И. Жизнь по целевому назначению? Украинцы о будущем // Зеркало недели. – 3-10 ноября 2007. – № 41 (670). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.zn.ua/3000/3050/60988/> (дата обращения: 30.05. 2009).