

НЕМОЛЧАЛИВОЕ БОЛЬШИНСТВО: ПРАКТИКИ ВИДИМОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

В статье рассматриваются современные социальные медиа как инструмент практик манифестации общественного мнения. Если раньше в социальной философии и социально-гуманитарных науках массовое общество рассматривалось как пассивный объект манипуляций со стороны СМИ и политических элит, то социальные медиа позволили молчаливым массам стать видимыми и слышимыми.

Ключевые слова: социальные медиа, социальные сети, массовое общество, массовая культура.

I.V. Pakholova, Samara University

NON-SILENT MAJORITY: VISIBILITY PRACTICES IN MODERN SOCIAL MEDIA

The article considers modern social media as an instrument of public opinion manifestation practices. If earlier in social philosophy and the social and humanitiessciences, mass society was considered as a passive object of manipulation by the media and political elites, then social media allowed the silent masses to become visible and audible.

Keywords: social media, social networks, mass society, mass culture.

Социально-философские концепты массового общества, массовой культуры имеют долгую историю. В марксизме вовлечение в общественно-политические движения «народных масс» рассматривалось как безусловный исторический прогресс, с позитивной ролью масс связывались большие надежды на лучшее будущее для всего человечества [1, с. 371-372]. Для Ницше, наоборот, массовизация культуры означала торжество мещанства, лишённого какой-либо творческой активности, ведущего к декадансу культуры [2]. Критику массового общества продолжает Ортега-и-Гассет в «Восстании масс». Как и Ницше, Ортега-и-Гассет считал, что массы стали слишком заметны, слишком значимы в современном обществе, слишком разрушительно действуют на политические институты и культуру [3]. Представители

Франкфуртской школы (Т.Адорно, М.Хоркхаймер, Г.Маркузе) отмечали неоднозначную роль массового общества в становлении тоталитарных режимов XX века и в формировании современного общества потребления.

Наряду с критикой массового общества и массовой культуры развивалось и другое направление в социально-философском и социально-гуманитарном познании – исследование повседневного мира человека. Повседневность долгое время была вне поля философской рефлексии и научного исследования. Мир повседневности всегда был на виду, и одновременно оставался незаметен в своей обыденной рутинности. Но именно мир повседневности был миром тех самых незримых масс, которые так долго были незаметны на фоне великих исторических событий и великих исторических личностей. Феноменология исследует повседневное мышление и его значимость для общества и культуры. Здесь можно вспомнить такие феноменологические концепты, как «жизненный мир» Э.Гуссерля и тема социального конструирования реальности в работах А.Шютца, П.Бергера, Т.Лукмана [4, 5, 6]. Исследованием повседневного мира также занималась историческая школа «Анналов». Среди классических работ школы «Анналов» можно отметить книгу Марка Блока «Короли-чудотворцы», где он исследовал представления о сверхъестественном, характерные для повседневного мышления в Средние века и в Новое время [7]. Также надо упомянуть фундаментальный труд Фернана Броделя «Структуры повседневности: возможное и невозможное», где историк вводит понятие «время большой длительности», которое подразумевает, что предметом исторического исследования должны быть длительные устойчивые социальные структуры, такие как повседневная жизнь человека [8].

Феноменологическая философия и историческая школа «Анналов» сделали повседневность видимой и значимой, поскольку повседневность, обыденные установки сознания – это то, чем живут огромные массы народа, или, как сказали бы демографы, огромные массы населения. Вместе с тем, в социально-философском познании довольно долго уже существует представление о том, что у массы безмолвны и являются объектом манипуляции со стороны СМИ и политиков. Так в известной работе Жана Бодрийера «В тени молчаливого большинства, или Конец социального» французский философ иронизирует над тем, как СМИ и политические элиты пытаются приручить массы, манипулировать массовым сознанием, в то время как массы, не обладая хоть какой-нибудь субъектностью, нет-нет да и портят статистику и социологические рейтинги, высказывая собственные, а не навязанные извне предпочтения [9]. Массовое сознание у Бодрийера – это

темный предмет, трудно поддающийся анализу и изучению, он сравнивает массы с «черной дырой», куда если что-то попадает, то пропадает безвозвратно. Между тем, Бодрийяр говорит о молчании масс, о «молчаливом большинстве», которое напрямую никак себя не проявляет, кроме как косвенно, через статистику, социологические опросы, рейтинги политиков и СМИ. Загадочное молчаливое большинство, которое, будучи значимым, остается как бы невидимым, без собственного голоса и возможности высказаться.

В этой связи большой интерес для философской рефлексии и социально-гуманитарного познания представляет появление социальных сетей, или, как их принято называть в современном английском языке, – социальных медиа. Термин «социальные медиа» представляется удачным, поскольку здесь высвечивается особая роль социальных сетей, которые в последнее время конкурируют и постепенно вытесняют профессиональные СМИ из сферы медиа. Социальные медиа – это огромная тема для исследования. Здесь хотелось бы немного остановиться на том, какую роль социальные медиа играют в том, что прежде невидимое и неслышимое «молчаливое большинство» получило возможность высказываться, стать «немолчаливым большинством». Большое значение в этом вопросе имеют исследование практик видимости, т.е. практик манифестации в социальных медиа общественно-политических дискуссий или акций.

Самая распространенная практика видимости в социальных медиа – это трендирование той или иной повестки дня. Тренды в социальных сетях создаются, как правило, с помощью хештегов. Хештег – это создание гиперссылки на тот или иной пост в социальных сетях, которая автоматически попадает в поиск по бескрайнему морю социальных сетей. Нажимая на хештег, можно увидеть все сообщения на эту тему в данной социальной сети за последнее время, таким образом получается целый срез общественного мнения по тем или иным вопросам. Одним из самых знаменитых хештегов в социальных медиа является #metoo, ставший именем нарицательным в современном русском языке. Вокруг #metoo развернулись не просто общественные дискуссии, но и проявилось несколько новых трендов современной культуры, среди которых можно выделить два направления: 1) делать ранее невидимое видимым для публичного обсуждения (проблема насилия во всех ее проявлениях); 2) культура отмены (от англ. cancel culture) как трансформация давнего института общественной репутации.

Еще одна практика видимости в социальных медиа – это создание так называемого вирусного контента, который может также вызвать большой

резонанс и общественные обсуждения. Вирусным контентом может стать как что-то совершенно незначительное, так и что-то, имеющее большую общественную значимость. Так, в последнее время все чаще объектом пристального общественного внимания становятся частные видео, фиксирующие различные нарушения в действиях официальных лиц или близкого семейного окружения.

Если Бодрийяр всего сорок лет назад говорил о бессубъектной молчаливой массе большинства, то современная правовая и судебная практика рассматривает аккаунты в социальных сетях как субъектов общественно-политического действия. За небольшой по историческим меркам промежуток времени молчаливая масса становится не только немолчаливой, но и обретает субъектность, а проявлением этой субъектности может быть не только пост в социальных медиа, но также лайк или репост. Общественно-политическую значимость социальных медиа признают как современные политические элиты, так и СМИ. Так настоящим полем битвы в последние два цикла президентских выборов в США стали не традиционные СМИ, а социальные медиа. Монополия влияния СМИ на общественное сознание теперь оспаривается социальными медиа, которые существенно усложнили процедуры верификации информации в современном медиaprостранстве, сделав его труднорегулируемым объектом манипуляций со стороны СМИ и политических элит.

Список литературы:

1. Ойзерман Т. И. Формирование философии марксизма. М., 1974.
2. Ницше Ф. Сумерки кумиров, или Как философствуют молотом // Ницше Ф. Стихотворения. Философская проза: Пер. с нем. / Сост. М. Кореневой; Вступ. Ст. М. Кореневой и А. Аствацатурова; Комментар. А. Аствацатурова. СПб.: Худож. лит, 1993.
3. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. Дегуманизация искусства. Бесхребетная Испания: [сб.: пер. с исп.]. М.: АСТ:СТ МОСКВА, 2008.
4. Гуссерль Э. Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология: Введение в феноменологическую философию / Пер. Д.В. Складнева. СПб., 2004.
5. Шютц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / Сост. А.Я. Алхасов; Пер. с англ. А.Я. Алхасова, Н.Я. Мазлумяновой; Научн. ред. перевода Г.С. Батыгин. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003.
6. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: «Медиум», 1995.

7. Блок М. Короли-чудотворцы. Очерк представлений о сверхъестественном характере королевской власти, распространенных преимущественно во Франции и в Англии. Пер. В.А. Мильчиной. М., 1998.

8. Бродель Ф. Структуры повседневности: возможное и невозможное // Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм. XV–XVIII веков. В 3 т. Т. 1. Пер. Л. Е. Куббея. М., 1986.

9. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального. Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 2000.