

## ПОСТМОДЕРНИСТСКАЯ ПАРАДИГМА В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ: ПРОБЛЕМА СМИ

© 2015 г. В. Черкасова

*В статье автор рассматривает проблемы и опасности, связанные с ростом роли СМИ в современном мире. На основании критического анализа работ наиболее авторитетных теоретиков постмодернизма выявляется их видение роли СМИ и указывается на появление новых возможностей для медиа-манипулирования в постиндустриальном обществе.*

*Ключевые слова: постмодерн, СМИ, информация, информационное общество, медиа-манипулирование, влияние, общественное мнение, политическое сознание.*

*Статья поступила в редакцию 02.09.2014.*

На протяжении последних десятилетий в политической науке продолжается дискуссия о том, принадлежит ли современное общество к эпохе Модерна<sup>1</sup> или, с учетом фундаментальных изменений, происшедших в нем в последнее время, его можно отнести уже к новой эпохе так называемого Постмодерна<sup>2</sup>. Эта, на первый взгляд, философская дискуссия имеет прямое отношение к той роли, которую играют средства массовой информации (СМИ) в современном обществе. Сторонников постмодернизма особо интересовал

вопрос возрастания в информационном обществе возможностей контроля над личностью и манипулирования ею при помощи СМИ.

“Кто владеет информацией – тот владеет миром”, – гласит ставший широко известным афоризм Натана Ротшильда. Информация служит современному государству основным инструментом контроля в политике. Именно благодаря растущему влиянию СМИ до небывалых пределов расширились возможности властных структур по формированию и манипулированию политическим сознанием граждан.

О роли средств массовой информации, приобретшей особое значение в политической жизни общества, теоретики не перестают спорить по сей день. Если исследователи, придерживающиеся либеральных взглядов, полагают, что возрастание значимости СМИ способствовало демократизации и обеспечило доступ к информации миллиардам людей, то теоретики постмодернизма указывают на проблемы, которыми чревато их широкое распространение.

Заслугой постмодернистов стало рассмотрение особых функций информации и коммуникации как отличительных черт новой эпохи. Теоретики постмодернизма обратились также к проблемам доминирования СМИ и их продуктов. Они рассматривали важные аспекты информационного общества, анализируя роль знания, индивидуализацию политики в постиндустриальном обществе, подмену реальности символами, контроль над личностью при помощи СМИ. Какие же проблемы и опасности, связанные с ростом влияния средств массовой информации, можно выделить в современном мире?

ЧЕРКАСОВА Варвара Петровна, аспирант кафедры политической теории МГИМО (У) МИД России, РФ, 119454 Москва, пр-т Вернадского, 76 (varv.cherkassova@gmail.com).

<sup>1</sup> Под эпохой Модерна обычно понимают период с XVII до середины XX вв., особую логику институциональной организации и функционирования общества, а также связанные с этим мировоззрением проблемы и практические дилеммы. Отличительными чертами этой эпохи принято считать веру в человеческий разум и прогресс. Как правило, Модерн противопоставляют традиционному обществу.

<sup>2</sup> Под Постмодернизмом (лат. “*post*” – “после” и “*modernus*” – “современный”) обычно понимают интеллектуальное движение второй половины XX в., хронологически начавшееся с кризиса и разочарования в индустриальном обществе, основное направление современной философии, искусства и науки, отличительными чертами которого являются неприятие любых претензий на установление истины, неприятие к уточнению смысла (смыслов бесконечное множество) и, наконец, подчеркнутое выделение роли символов и образов в современном мире. Постмодернисты считали, что отличительными особенностями общества стали потребление и СМИ, именно поэтому они концентрировали основное внимание на конкретных проблемах – таких, как тенденции в развитии СМИ, потребительского общества и информационных технологий. Постмодернисты считали, что необходимо разработать новые подходы для понимания процессов, происходящих в современном обществе.

## ВОЗРАСТАНИЕ РОЛИ СМИ И ЕГО ПОСЛЕДСТВИЯ

Главный вывод постмодернистов состоит в том, что “мы живем не в мире, о котором у нас есть какая-то информация, напротив, мы обитаем в мире, созданном информацией” [1, с. 331].

С этим утверждением трудно не согласиться, поскольку, во-первых, сегодня в обществе циркулирует гораздо больше информации, чем когда-либо, и, во-вторых, мир изменился до неузнаваемости, в частности, под воздействием информационных технологий. Более того, “СМИ стали главным инструментом для распространения сообщений, воздействующих на общественное сознание”, – справедливо отмечает известный современный российский мыслитель Сергей Кара-Мурза [2, с. 307].

Одним из самых бескомпромиссных сторонников тезиса о том, что мы живем уже в постиндустриальную эпоху, в эру информационного социума, был основатель концепции постиндустриального общества Дэниел Белл. Создание своей концепции он обосновывал тем, что она упрощает понимание сложных изменений, происходящих сегодня в общественной жизни. “Идея постиндустриального общества обозначает новый осевой принцип социальной организации и определяет единую сумму проблем, с которыми придется столкнуться обществам, становящимися постиндустриальными”, – писал он [3, с. 155].

Д. Белл утверждал, что каждое общество на протяжении своей истории было связано различными сетями, позволяющими его членам осуществлять как материальный, так и духовный обмен, причем эти сети (“инфраструктура”), как правило, находятся в руках государства. В качестве первой такой инфраструктуры, по словам Д. Белла, выступает транспорт (дороги, каналы), в качестве второй – средства передачи энергии (паровая машина, газ, электричество), а в качестве третьей – коммуникации (вначале почта и газеты, затем телевидение, радио, Интернет).

Именно эту “третью инфраструктуру”, по мнению исследователя, ожидают в будущем самые масштабные изменения, которые приведут “ко все более глубокой реорганизации способов коммуникации между людьми, к сокращению, если не к полной ликвидации бумаги в качестве материального носителя информации, к новым способам проведения досуга, к реорганизации образования на основе компьютерного обучения и широкого распространения видеодисков” [4].

Из этого Д. Белл сделал вывод, что роль информации в мире будет постоянно возрастать, а технологический прогресс продолжит ускорение. Все это, в свою очередь, скажется как на отдельной личности, так и на обществе в целом. “В наступающем столетии решающее значение для экономической и социальной жизни, для способов производства знания, а также для характера трудовой деятельности человека приобретет становление нового социального уклада, ждущегося на телекоммуникациях”, – заключал социолог [4].

Пристальное внимание роли СМИ и последствиям их доминирования в постсовременном социуме уделял и французский мыслитель, наиболее радикальный сторонник постмодернизма и ярый критик общества потребления Жан Бодрийяр. По его мнению, именно средства массовой информации являются основным способом интегрирования человека в потребительское общество. В этом Бодрийяр усматривал основные негативные последствия их усиления. “Современное престижное потребление персонализировано и пронизано вмешательством СМИ”, – писал он [5, с. 71].

“Вместо нормативного регулирования поведения обывателя – соблазнение потребителя; вместо насаждения идеологии – реклама; вместо легитимации власти – пресс-центры и пресс-бюро”, – так образно определил современность британский социолог Зигмунт Бауман [6, сс. 73-74].

В целом все исследователи процессов развития современного общества отмечают чрезвычайное усиление в нем значения информации и информационных технологий. Более того, в эпоху Постмодерна информация становится товаром, что неминуемо порождает целый ряд проблем: снижение уровня востребованности неактуальных (нерейтинговых) сюжетов, появление новых, успешных способов подачи событий, трансформация принципов их восприятия. Эти изменения, в свою очередь, сказываются на снижении интереса населения к политической тематике (проблема “деполитизации” политики), появлении новых возможностей контроля над гражданами при помощи СМИ. Более того, под воздействием СМИ реальность начинает превращаться в “гиперреальность”.

## МИР КАК “ГИПЕРРЕАЛЬНОСТЬ” И “СПЕКТАКЛЬ”

Постмодернисты были убеждены, что мы перешли из общества, где доминирует производство, в общество, где господствуют знаки производства, в котором все труднее отличить реальность от

того, что симулирует реальность. Французский постмодернист Бодрийяр является одним из авторов ключевого термина, используемого постмодернистами для описания действительности и лежащего в основе современной реальности – понятия “симулякра” (от лат. *simulo* – “делать вид, притворяться”). Постмодернисты понимали его как “точную копию, оригинал которой никогда не существовал” [7]. Иными словами, под этим термином понимается некий образ того, чего на самом деле, возможно, не существовало или того, о чем мы не имеем достоверной возможности знать.

Бодрийяр описывал современный мир как “гиперреальность” – реальность, которая уже неотделима от образов, когда СМИ перестали быть зеркалом происходящего, заменили его собой (имитация суда на телевидении, выставление напоказ личной жизни телезвезд). Информация, по его мнению, перестала отражать действительность, а стала лишь ее образом, зрелищем. “Несомненно, наше время предпочитает образ – вещи, копию – оригиналу, представление – действительности, видимость – бытию...”, – писал еще в конце XIX в. выдающийся немецкий философ Л. Фейербах [8, с. 23].

Данное утверждение требует более детально го уточнения. О “спектаклярной” организованности мира писал в 60-е годы XX в. известный французский мыслитель Ги-Эрнст Дебор. Появление и массовое внедрение телевидения, начавшееся с середины 50-х годов, дало ему повод говорить о начале эры “спектакля”. В книге он назвал современное общество “обществом спектакля”, подразумевая под этим, во-первых, стирание границ между индивидом и внешним миром (личность, по его мнению, теряет способность противостоять тому, что она наблюдает), во-вторых, “стирание границ между истинным и ложным” [8, с. 113], а в-третьих – все возрастающую роль потребления.

“Спектакль стал составной частью любой действительности, проникая в нее подобно радиоактивному излучению”, – писал философ о современном мире [8, с. 124]. В первую очередь, он видел в этом издержки возрастающей роли СМИ. Дебор критически смотрел на современность, будучи убежден, что в “обществе спектакля” люди утратили способность воспринимать реальность так, как делали это раньше – исходя из общественных и личных отношений, знания и опыта. Они начали воспринимать ее исключительно исходя из “картинок”, из способов репрезентации предмета (особенно на телевидении). Более

того, в современном обществе действительность рассматривается по частям, и от каждого аспекта жизни берутся лишь образы, объединяемые в некий псевдомир, подлежащий только созерцанию.

Виной тому главным образом – влияние телевидения. Поэтому и Бодрийяр говорил о “проникновении телевидения в жизнь и проникновения жизни в телевидение” и “головокружении от действительности” [5, с. 15]. Современные СМИ, по его мнению, больше не нуждаются в прямой связи с реальностью – мы переживаем ситуацию, когда образ “не имеет отношения к какой-либо реальности вообще”.

Постмодернисты обвиняли СМИ в способности отражения только небольшой части событий, взглядов лишь части политиков и немногих политических партий. Бодрийяр считал, что даже элементарная нехватка времени (в первую очередь на телевидении) приводит к искажению изложения отдельных проблем и позиций. “Добавьте к этому еще и склонность политиков выводить на первый план те аргументы, которые говорят в пользу их собственной точки зрения, и вы поймете, что препятствия на пути точного отражения политической жизни в СМИ непреодолимы” [1, с. 335], – поддерживает Бодрийяра британский социолог Фрэнк Уэбстер.

Постмодернисты были уверены, что современные новостные выпуски – это лишь версии событий, представленные с учетом контактов журналистов, доступности ньюсмейкеров, моральных ценностей, политических предпочтений тех же журналистов. С этой проблемой тесно связана и еще одна: популярность новых способов подачи информации.

#### НОВЫЕ СПОСОБЫ ПОДАЧИ И ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ

Постмодернисты правомерно подчеркивали такую особенность общества потребления, как подачу СМИ разных фактов “в форме универсального происшествия”. Имеется в виду, что информация подается в нейтральном и безразличном стиле с тем, чтобы размышления автора не возмутили слушателя. Смысл же этой универсальности и нейтрализации сообщений заключается в “разбивке события и мира благодаря техническим средствам телевидения и радио на прерывистые, последовательные, непротиворечивые послания”, – считал Бодрийяр [5, с. 15].

Еще одной особенностью подачи информации в современном мире является драматизация новостей. Имеется в виду, что вся информация, кото-

рую мы получаем (политическая, историческая, экономическая или культурная) подается нам в форме своего рода происшествия, она, по мнению постмодернистов, “актуализирована” и “драматизирована в форме зрелища” [5, с. 15].

Наиболее наглядно обе эти черты современных СМИ можно продемонстрировать на примере телевизионных новостей.

В случае с универсализацией посланий тележурналист старается представить увиденный им образ в качестве безразличной череды событий (новости о войне, голоде и смерти чередуются с корпоративными новостями, событиями в сфере шоу-бизнеса и зачастую рекламой). Технически телевизионный выпуск новостей разбивается на ряд непродолжительных сюжетов, каждый из которых, в свою очередь, делится на несколько секундных реплик и сменяющих друг друга кадров. Упрощенность репортажей объясняется тем, что именно зритель требует ясности и простоты. В результате мир для него разбивается на прерывистые, хаотичные и непротиворечивые события.

Вторая черта проявляется в том, что происшествие и катастрофа становятся самыми распространенными темами новостных телевизионных посланий (объяснение тому – высокий рейтинг таких передач среди телезрителей). Бодрийяр называл это “современным проникновением происшествий в сферу политического”, когда события, «некогда выглядевшие мелкими и аполитичными, благодаря мощи средств распространения получают социальный и “исторический” размах» [9].

С политической точки зрения в показе таких сюжетов можно уловить и скрытый интерес власти: насилие и хаос внешнего мира могут способствовать более глубокому ощущению потребности граждан в безопасности (обеспечиваемой государством) и “сильной руке”. “... Патетическое лицемерие средств массовой информации при освещении разных происшествий направлено на прославление с помощью всех знаков катастрофы (смерти, убийства, насилия, революции) спокойствия повседневной жизни”, – писал Бодрийяр [5, сс. 132-133].

Постмодернисты отмечали еще одну особенность современных СМИ. Последние вместо выполнения функции посредника становятся инструментом, исключая реакцию и обратный ответ от реципиента, попросту “усыпляя” его своими “универсальными” и “катастрофическими” посланиями. Следствием чего становятся общественная индифферентность и апатия. Одновременно, по мнению теоретиков постмодер-

низма, именно массы требуют от СМИ все новых образов и “спектаклей” (чем объясняется высокий рейтинг развлекательных ток-шоу).

Примечательно, что постмодернисты не только выступали с критикой подобных тенденций, но и видели в них определенный умысел. Так, Дебор полагал, что власти заинтересованы в создании “спектакля”, погружающего людей в управляемое состояние, лишаящего их возможности независимого принятия решений. В итоге потребитель информации воспитывается таким образом, что его трудно заставить обдумывать что-либо самостоятельно. Он готов только к принятию готовых оценок и сведений. В результате такой человек стремится к лицемерию развлекательных передач, а средство массовой информации, не уделяющее достаточного внимания индустрии развлечений, автоматически теряет в рейтинге популярности.

#### ПРОБЛЕМА “ДЕПОЛИТИЗАЦИИ” ПОЛИТИКИ

Следствиями вышеназванных тенденций становятся “деполитизация политики и декультуризация культуры” [5, с. 164]. Действительно, реальность в современном мире, особенно под влиянием телевидения, начинает восприниматься фрагментарно, по частям, а это приводит к тому, что зритель лишь созерцает, наблюдает меняющийся видеоряд и не может сформировать глубокую и целостную картину происходящего. “... Всякий дискурс, продемонстрированный в спектакле, не оставляет никакого места для ответа, а логика может социально сформироваться только в диалоге”, – справедливо отмечал Дебор [8, с. 137].

С доводами Бодрийяра и Дебора согласен еще один постмодернист, американский культурный критик Фредрик Джеймсон. В своей книге “Постмодернизм или Культурная логика позднего капитализма” он писал о том, что постмодернистское общество характеризуется такими чертами, как отсутствие глубины и поверхностностью, утратой эмоций. Современный мир определяется “поверхностной и искаженной постмодернистской культурой” [10].

Видный британский социолог Зигмунт Бауман, изучавший появление и сущность “индивидуализированного общества” как одного из итогов модернизации, также видит основную проблему современности в угасании интереса населения ко всему политическому (политике как таковой, политическим движениям, политическим партиям и их программам). “Политические убеждения

размываются, снижается масштаб повседневного участия граждан в мероприятиях, традиционно считавшихся политическими”, – с сожалением пишет Бауман [6, с. 59]. Считается, что на современном этапе граждан могут волновать только социальные проблемы (размер зарплат, пенсий и др.).

Одну из причин этого явления Бауман видит в массовом распространении и росте популярности “реалистичных телевизионных игр”, которые принято объединять под общим названием “Старший брат” (например, “Кто хочет стать миллионером” или “Последний герой”). Правила таких игр едины: все участники ставятся в одинаковые условия, знают, что победитель может быть только один, обязательно перед телекамерой рассказывают о своих эмоциях и впечатлениях и играют только за себя.

Метафору “Старший брат” употребил еще английский писатель и публицист Джордж Оруэлл. Сегодняшний ее смысл сводится к тому, что “Старший брат” олицетворяет реальность и служит уже не только для выявления “пределов тоталитарной тенденции, присущей обществу модерни” [6, с. 50] (как в романе Оруэлла “1984”), а для проверки современных тенденций в развитии общества на глазах у многомиллионной аудитории. Речь идет о дальнейшей индивидуализации и атомизации общества: игроки сами виноваты в своем проигрыше, они не стремятся к коллективной игре, принимают решения в состоянии постоянного давления со стороны ведущего/власти.

В результате телеаудитория теряет интерес к политическому, а возникший вакуум заполняется, по мнению Баумана, “желтой прессой” и прочими развлекательными шоу. Получается, что политика в XXI в. сводится к следованию за понятными, популярными и модными символами и образами, продуцируемыми СМИ.

Однако постмодернисты сформулировали и еще более важную проблему, которая является следствием роста значимости информации – появление у государства новых возможностей для надзора за гражданами.

### НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ КОНТРОЛЯ

Говоря о роли массовых коммуникаций и их влиянии на политические процессы, российские политологи Георгий Грачев и Игорь Мельник отметили следующий немаловажный аспект: “В постиндустриальном обществе власть знаний и информации становится решающей в управлении обществом, оттесняя на второй план влияние

денег и государственного принуждения. Причем непосредственными носителями и, особенно, распространителями знаний и другой социально значимой информации являются средства массовой коммуникации” [11, с. 293].

Утверждение, согласно которому необходимость в государственном принуждении отпадает под влиянием СМИ, получило широкое отражение в работе еще одного широко известного французского постмодерниста Мишеля Фуко “Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы”. В этой книге он описывал известную модель, предложенную Иеремией Бентамом под названием “Паноптикон”<sup>3</sup>, демонстрирующую способ максимально эффективного управления узниками тюрьмы, без использования насилия. Данная модель, как считает сам Фуко, применима в любой сфере. “Везде, где приходится иметь дело с множественностью индивидов, которым надо навязать определенное задание или конкретную форму поведения, может использоваться паноптическая схема” [12].

Практическое применение подобной модели на примере СМИ блестяще описано Оруэллом в его романе-антиутопии “1984”, а сам лозунг “Старший брат смотрит на тебя” уже давно стал ее словесным олицетворением. У Оруэлла функцию наблюдения за индивидом выполняют телеэкраны, установленные в его романе во всех квартирах, офисах и даже на улицах, которые могли видеть и слышать каждого, выполняя тем самым функции Паноптикона. “Телеэкран работал на прием и на передачу. Он ловил каждое слово, если его произносили не слишком тихим шепотом... Конечно, никто не знал, наблюдают за ним в эту минуту, или нет. Часто ли и по какому расписанию подключается к твоему кабелю полиция мыслей – об этом можно было только гадать. Не исключе-

<sup>3</sup> Смысл этой модели управления и надзора прост: она представляет собой здание в форме кольца, в центре которого находится башня. Здание разделено на камеры, каждая из которых имеет два окна: одно окно выходит внутрь, а другое наружу (таким образом, камера насквозь просматривается). Поэтому достаточно поместить в центральную башню одного надзирателя и сделать так, чтобы он мог наблюдать фигуры всех пленников, а те не могли в своих камерах знать, когда за ними наблюдают. В итоге получается модель противоположная модели темницы или государственного принуждения: необходимость в решетках, цепях и замках отпадает. “Его видят, а он не видит. Он является объектом информации, но никогда субъектом коммуникации”, – пишет Фуко об узнике этой модели. “Отсюда, – продолжает он, – основная цель Паноптикона: привести заключенного в состояние сознаваемой и постоянной видимости, которая обеспечивает автоматическое функционирование власти” [12].

но, что следили за каждым – и круглые сутки” [13, сс. 6-7].

Таким образом, модель Фуко можно вполне применить к анализу состояния современных СМИ, когда меньшинство, контролируя масс-медиа, наблюдает и следит за большинством, оставаясь при этом часто незамеченным.

В связи с тем, что средства массовой информации могут, по мнению постмодернистов, служить инструментом контроля над обществом и его политическим сознанием, неизбежной становится борьба за обладание СМИ.

### БОРЬБА ЗА ОБЛАДАНИЕ СМИ

Фуко был убежден, что воплощение модели Паноптикона в жизнь под силу любому, и начать осуществлять надзор в современном мире может каждый. Однако для этого он должен располагать некими ресурсами или, пользуясь термином одного из крупнейших французских социологов и постмодернистов нашего времени Пьера Бурдьё, “капиталом” [14, с. 141]. Бурдьё считал, что в социальном пространстве (“поле”) люди (“агенты”) распределяются по “общему объему капитала, которым они располагают, а также по сочетаниям своих капиталов”.

Этот исследователь наиболее фундаментально изучил механизм работы современного журналистского поля и его специфику (под понятием “поле” Бурдьё понимает среду, в которой осуществляются общественные отношения). В поле, по его мнению, действуют так называемые агенты. Под ними он понимает как отдельно взятых индивидов (тележурналистов, ведущих, репортеров), так и институты (телеканалы, информационные агентства). В поле агенты и институты борются в соответствии с закономерностями и правилами, сформулированными в этом пространстве игры [14, с. 19].

Бурдьё полагал, что каждое поле функционирует по своим законам, и всем агентам всегда присущи свои интересы. Внутри каждого субполя (телеканал, газета) встречается «оппозиция между “культурным” и “коммерческим” полюсами, что организует структуру поля в целом» [15, с. 96]. Например – противоречие между качеством или профессиональными требованиями среды журналистов и рейтинговыми требованиями медиа-продукта. Бурдьё при этом настроен скептически в отношении тех, кто делает этот выбор: “Их интересует игра и игроки, а не ставка игры; чистая политическая тактика, а не суть дебатов; эффект, производимый тем или иным выступлением в

логике политического поля (коалиции, альянсы или конфликты между Политиками), а не его содержание (случается даже, что они изобретают и навязывают в качестве темы для дискуссии абсолютно искусственные сюжеты)” [15, с. 154].

Параллельно в масс-медиа ведется борьба за обладание капиталом. Под ним Бурдьё понимал обладание определенными характеристиками для данного поля ресурсами. Это может быть капитал известности и признания той или иной программы, телеканала, отдельного ведущего. Влиятельность же того или иного органа информации определяется сочетанием у него разных видов капитала (политического, экономического, культурного). Именно поэтому важен не только профессионализм ведущего новостей или телеканала, но и, например, экономические возможности последнего.

Получается, что те телеканалы, газеты или ведущие, которые аккумулировали в своих руках значительный объем капиталов, претендуют на обладание символической властью. Под символической властью при этом понимается возможность создавать и навязывать определенные представления, модели устройства общества, государства, термины, классификации.

Таким образом, всех игроков поля объединяют претензии на внушение определенного легитимного видения социального мира. “Действительно, эта работа по выработке категорий – выявлению и классификации – ведется непрерывно”, – констатировал Бурдьё [15, с. 67].

О том, что именно СМИ вырабатывают наиболее важные категории классификаций, писал выдающийся американский социолог Альфред Шютц. Важнейшей из таких категорий, по его мнению, является категория “Мы–Они?” [16]. Имеется в виду, что человек организует свое видение социального мира и начинает типологизировать видимое им не только под влиянием особенностей собственной биографии и социализации, но и под воздействием СМИ. Получается, что именно благодаря им возникает “Мы-группа”, в которой человек чувствует себя комфортно и к которой он благожелательно настроен, и “Они-группа”, к которой он испытывает недоверие. Таким образом, то, что было заложено в человеке с детства, может быть изменено под воздействием масс-медиа, и здесь имеет место манипулирование индивидуальным сознанием.

Бурдьё делал еще один важный вывод: поле журналистики характеризуется слабой автономностью от других полей. Имеется в виду отсут-

ствие независимости от поля политики (государственной власти) и поля экономики (рыночных принципов). Последнее особенно беспокоило Бурдые: "... журналисты, ссылающиеся на ожидания зрителей, чтобы оправдать политику демагогического упрощения (противоречащую по всем пунктам демократической задаче информировать или воспитывать, развлекая), приписывают им свои собственные наклонности, свою собственную точку зрения, например, в тех случаях, когда страх показаться скучными заставляет их предпочитать стычки дебатам, полемику диалектике, и делать упор на конфронтацию между личностями (например, политиками), а не между их аргументами" [15, с. 153].

В целом же постмодернисты были уверены, что в информационном обществе смысл борьбы за обладание СМИ сдвигается от эксплуатации и получения прибыли к достижению господства с помощью знаков и производящих их систем.

\* \* \*

Какие выводы можно сделать из анализа вышеизложенного? Во-первых, проблема СМИ в контексте постмодернизма носит комплексный характер и включает в себя целый ряд взаимосвязанных "субпроблем". Так, развитие новых способов подачи информации (универсальности, банализации, излишней драматизации и сенсационности при подаче новостей) и особенно преобладание в СМИ развлекательных передач низкого качества не только стимулируют распространение конформизма, приводят к некритичному восприятию действительности, фрагментарности сознания и падению общего образовательного уровня, но и вызывают у граждан политическую апатию, индифферентность, страх потерять политическую стабильность, усыпляют их бдительность, отучают мыслить и, соответственно, делают более подверженными медиа-манипулированию.

Во-вторых, можно условно выделить два диаметрально-противоположных подхода к характеру и роли СМИ в современном мире. С либеральной точки зрения, СМИ отражают, а не формируют происходящие в мире и общественной жизни события, выступают в роли своего рода зеркала, способствуют развитию демократии, позволяя разным группам населения формировать общественное мнение и быть услышанными (наиболее известные представители этого направления – Дж. Карран, М. Гуревич, Дж. Кейн). Либералы особенно подчеркивают, что с развитием новых технологий (в частности, интерактивных) все

большее число граждан может выносить на общественное обсуждение социальные и политические проблемы и получает шанс быть услышанным. Согласно этой точке зрения, СМИ призваны изучать действия власти, выявлять ее злоупотребления.

Более того, еще один важный аргумент сторонников либеральной парадигмы сводится к тому, что рынок отрегулирует количество владельцев СМИ и не допустит их концентрации в одних руках. Как полагает американский политический публицист Ноам Чомски, "если несколько корпораций владеют рынком информации, в этом нет ничего противоестественного; если свобода убеждать находится в руках немногих, то в этом и состоит природа свободного общества" [17]. Что касается содержания материалов, размещаемых сегодня в СМИ, то оно, по мнению либералов, определяется лишь тем, чего хочет потребитель (высокий рейтинг телепрограммы гарантирует ей живучесть).

Либеральным взглядам на современные СМИ категорически противостоят сторонники левых убеждений. Согласно их видению, современные медиа не отражают, а формируют реальность, манипулируя таким образом общественным мнением. Представители данной точки зрения считают, что СМИ в настоящее время всецело находятся под влиянием рекламы, власти, элит и крупного бизнеса. Простые же граждане лишены возможности представить и даже сформировать свою точку зрения.

Особый акцент постмодернисты делают на том, что информационная сфера сегодня подчинена рыночным принципам. Вследствие этого количество и качество произведенной информации напрямую зависят от возможности максимально выгодно ее продать. Именно поэтому эксперты подчеркивают отрицательное влияние рекламы на содержание медийных сообщений. Реклама, по их мнению, искажает суть медиа, заставляет выпускать те программы, которые будут пользоваться наибольшим спросом. В результате преобладает информация развлекательного характера, и потребление ее становится непрерывным. Отсюда – мнение, что реклама не должна быть основным источником благосостояния СМИ.

Постмодернисты считают, что СМИ никогда не были свободными, а с ростом издательских издержек они концентрировались в руках крупных игроков. Последние в свою очередь были вынуждены оправдывать эти издержки, делая упор на производство массовой продукции низкого качества, при выпуске которой главным критерием становилась эффективность СМИ, его рейтинг, продажа рекламы.

Практически все авторы как либерального, так и левого толка сходятся в том, что сегодня мы живем в информационную эпоху – когда роль информации ни в коем случае нельзя недооценивать, когда СМИ стали реальной “четвертой властью”. Однако именно теоретики постмодернизма наиболее пристально, с критической точки зрения, изучили проблемы, связанные с возрастанием роли средств массовой информации.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

1. Уэбстер Ф. *Теории информационного общества*. Москва, Аспект Пресс, 2004. 400 с. [Webster F. *Teorii informatsionnogo obshchestva* [Theories of Information Society]. Moscow, Aspekt Press, 2004. 400 p.]
2. Кара-Мурза С. *Власть манипуляции*. Москва, Академический проект, 2009. 380 с. [Kara-Murza S. *Vlast' manipulyatsii* [The Power of Manipulation]. Moscow, Academy Project, 2009. 380 p.]
3. Белл Д. *Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования*. Москва, Академия, 1999. 956 с. [Bell D. *Gryadushchee postindustrial'noe obshchestvo. Opyt sotsial'nogo prognozirovaniya* [Upcoming Postindustrial Society. Experience of Social Prognosis]. Moscow, Academia, 1999. 956 p.]
4. Белл Д. Социальные рамки информационного общества. *Новая технократическая волна на Западе*. Москва, Прогресс, 1986. сс. 330-342. [Bell D. Sotsial'nye ramki informatsionnogo obshchestva. [Social Framework of Information Society]. *Novaya tekhnokraticeskaya volna na Zapade*. [New Technocratic Wave in the West]. Moscow, Progress, 1986, pp. 330-342. Available at: <http://www.alt-future.narod.ru/Future/bell.htm> (accessed 01.09.2014).
5. Бодрийяр Ж. *Общество потребления. Его мифы и структуры*. Москва, Культурная революция; Республика, 2006. 269 с. [Baudrillard J. *Obshchestvo potrebleniya. Ego mify i struktury* [Consumer Society. Its Myths & Structures]. Moscow, Kul'turnaya revolyutsiya; Respublika, 2006. 269 p.]
6. Бауман З. *Индивидуализированное общество*. Москва, Логос, 2005. 390 с. [Bauman Z. *Individualizirovannoe obshchestvo* [Individual Society]. Moscow, Logos, 2005. 390 p.]
7. *Энциклопедия постмодернизма*. [Encyclopedia of Postmodernism (In Russ.)] Available at: [http://yanko.lib.ru/books/encycl/post\\_mod\\_encycl\\_all.html](http://yanko.lib.ru/books/encycl/post_mod_encycl_all.html) (accessed 02.09.2014).
8. Дебор Г. *Общество спектакля*. Москва, Логос, 2000. 184 с. [Debord G. *Obshchestvo spektaklya* [Spectacle Society]. Moscow, Logos, 2000. 184 p.]
9. Бодрийяр Ж. *Реквием по масс-медиа*. [Baudrillard J. *Rekvieim po mass-media* [Requiem on Mass Media]] Available at: <http://politzone.in.ua/index.php?id=185> (accessed 01.09.2014).
10. Jameson F. *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*. London, New York, Verso, 1991. Available at: <http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/us/jameson.htm> (accessed 01.09.2014).
11. Грачев Г., Мельник И. *Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия*. Москва, Институт философии РАН, 1999. 235 с. [Grachev G., Mel'nik I. *Manipulirovanie lichnost'yu: organizatsiya, sposoby i tekhnologii informatsionno-psikhologicheskogo vozdeistviya* [Manipulation of Personality: Organization, Methods and Techniques of Information & Psychological Influence]. Moscow, Institut filosofii RAN, 1999. 235 p.]
12. Фуко М. *Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы*. Москва, Ad Marginem, 1999. 478 с. [Foucault M. *Nadzirat' i nakazyvat'. Rozhdenie tyur'my* [Discipline & Punish. The Birth of a Jail]. Moscow, Ad Marginem, 1999. 478 p.]
13. Оруэлл Дж. *1984*. Санкт-Петербург, Азбука, 2004. 320 с. [Orwell G. *1984*. Sankt-Peterburg, Azbuka, 2004. 320 p.]
14. Бурдьё П. *Социология политики*. Москва, Socio Logos, 1993. 336 с. [Bourdieu P. *Sotsiologiya politiki* [Sociology of Politics]. Moscow, Socio Logos, 1993. 336 p.]
15. Бурдьё П. *О телевидении и журналистике*. Москва, Фонд научных исследований “Прагматика культуры” Института экспериментальной социологии, 2002. 160 с. [Bourdieu P. *O televidenii i zhurnalistike* [On Television in Journalism]. Moscow, Fond nauchnykh issledovaniy “Pragmatika kul'tury” Instituta eksperimental'noi sotsiologii, 2002. 160 p.]
16. Шюттс А. *Смысловая структура повседневного мира*. Москва, Институт Фонда “Общественное мнение”, 2003. 336 с. [Shyutts A. *Smyslovaya struktura povsednevnogo mira* [Substantial Content of Everyday World]. Moscow, Institut Fonda “Obshhestvennoe mnenie”, 2003. 336p.] Available at: [http://yanko.lib.ru/books/philosoph/shutz-smysl\\_str\\_povsed-a.htm#\\_Toc161214065](http://yanko.lib.ru/books/philosoph/shutz-smysl_str_povsed-a.htm#_Toc161214065) (accessed 02.09.2014).
17. Chomsky N. *Necessary Illusions, Thought Control International Democratic Societies*. Boston, South End Press, 1990. 183 p. Available at: <http://vho.org/aaargh/fran/livres5/ILLUSNS.PDF> (accessed 02.09.2014).



**POSTMODERNISM IN POLITICAL THEORY: THE CONCEPT OF MASS MEDIA***(MEMO Journal, 2015, no. 3, pp. 114-122)**Received 02.09.2014.*

*Varvara P. CHERKASOVA, Moscow State Institute of International Relations (MGIMO University), 76, Prosp. Vernadskogo, Moscow, 119454, Russian Federation (varv.cherkassova@gmail.com).*

*In the article the Author examines the challenges related to the increasing role of the mass media in the modern world. Two contrary approaches to the role of mass media in the modern world are being reviewed: the liberal and the postmodernist one. Based on the critical analysis of the most accredited ideologists of postmodernism, who most critically and thoroughly observed all aspects of the emergence of information society and its effect on the political life and political consciousness, she unveils the role of the mass media, points out the new opportunities for media-manipulation that have become apparent in the post-industrial society. The author examines key features related to the increase in the role of the mass media, which encompass: modern world as hyper-reality and "spectacle", appearance of new ways of delivering information to society, uncritical perception of information by the public, "depolitisation" of politics and upsurge of yellow press and "entertaining" media, new opportunities of government control via mass-media, fight for mass-media ownership. These features indicate that today mass media are not only the tool of reflecting the reality, but also of shaping it. They become one of the ways of shaping and influencing public consciousness and a true "forth power".*

*Keywords: postmodern, mass media, information, information society, media-manipulation, influencing, public opinion, political consciousness.*

*About author:*

*Varvara P. CHERKASOVA, Postgraduate Student.*