

На правах рукописи

Федченко Светлана Сергеевна

Современное массовое общество: трансформации эпохи Интернета

Специальность 09.00.11 – социальная философия

Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата философских наук

Казань – 2016

Работа выполнена на кафедре общей философии Института социально-философских наук и массовых коммуникаций ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Научный руководитель:

Николаева Евгения Михайловна –

доктор философских наук, профессор кафедры общей философии Института социально-философских наук и массовых коммуникаций ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Официальные оппоненты:

Шакирова Елена Юрьевна –

доктор философских наук, профессор кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин филиала ФГКВООУ ВПО «Военный учебно-научный центр Военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия имени профессора Н.Е. Жуковского и Ю.А. Гагарина» (г. Воронеж) Министерства обороны Российской Федерации в г. Сызрани.

Зайченко Марина Адольфовна –

кандидат философских наук, доцент кафедры философии и социально-политических дисциплин ЧОУ ВО «Казанский инновационный университет имени В.Г.Тимирязова (ИЭУП)»

Ведущая организация:

ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»

Защита диссертации состоится «22» сентября 2016 г. в 14:00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.081.33 при Казанском (Приволжском) федеральном университете по адресу: 420008, Россия, РТ, г. Казань, ул. Кремлевская 35, ауд.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке им. Н. И. Лобачевского ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет». Сведения о защите, автореферат и диссертации размещены на официальном сайте ВАК Министерства образования и науки РФ: www.vak.ed.gov.ru и ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: www.kpfu.ru.

Автореферат разослан

«___»_____2016

Ученый секретарь

Диссертационного совета,

кандидат философских наук, доцент



Г.К.Гизатова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Изучение массового общества, условий его возникновения и изменения концентрирует вокруг себя высокий исследовательский интерес уже несколько десятилетий. Наиболее активно феномен масс начинает изучаться с рубежа XIX – XX веков. Рассматривая массы с теоретической точки зрения, мы каждый день сталкиваемся с различными ее проявлениями в повседневной жизни, что демонстрирует факт ее активного развития сегодня. Данный феномен имеет реальную силу в обществе, и это подтверждает необходимость его всестороннего подробного изучения. На современном этапе общественного развития интерес к исследованию феномена масс не ослабевает. Причиной этому служат кардинальные социально-культурные изменения, происходящие на рубеже XX–XXI веков и приводящие к формированию новых тенденций развития массового общества.

Особое значение сегодня имеет информационное воздействие на массы людей. Появление сети Интернет, ее активная эксплуатация становится одним из ключевых источников кардинальных трансформаций массового общества. В этой связи актуальным является рассмотрение трансформаций массового общества, вызванных расширением масштабов сетевой коммуникации.

Следствием внедрения сети Интернет в широкое пользование является резко возрастающее количество информации, воздействующей на индивида. Сегодня массы людей повседневно испытывают на себе воздействие огромного информационного потока, который становится мощнейшим инструментом управления. Зачастую это воздействие оказывается помимо воли и желания самого индивида, в обход его сознательного восприятия. В подобных условиях массовое общество претерпевает колоссальные трансформации, видоизменяясь и обретая новые векторы развития.

Современное массовое общество характеризуется стабильным нарастанием степени включенности его членов в различные формы сетевой коммуникации. Современный массовый человек «перемещается» в сетевое пространство, данная характеристика принципиально отличает его от изученных ранее проявлений массы. Сегодня мы наблюдаем появление нового типа человека массы, который в нашем исследовании определяется как избирательный пользователь. Он обладает целым рядом характеристик, которые условно можно разделить на две группы. Первая группа определяет положительный вектор его развития, избирательность поведения в пространстве сети Интернет, носящую рациональный характер: способность к целеполаганию в процессе поиска информации; нацеленность на результат, наличие желания получить ответ на поставленный вопрос; наличие рациональных оснований поиска и отбора информации.

Вторая группа характеристик избирательного пользователя не позволяет в полной мере реализовать характеристики, отнесенные к первой группе. Они блокируют интенции избирательного пользователя на конструктивное развитие и удерживают его в пределах массы: его избирательность основана на механизмах, которые задаются извне как человеку массы; отсутствие осознания принадлежности к массе; предпочтение форм когнитивной деятельности, которые максимально минимизируют его интеллектуальные, психологические усилия.

Сетевая коммуникация базируется на различных механизмах, которые имеют решающее значение в формировании современного массового общества. Результаты их воздействия на массовое поведение зачастую носят случайный, непрогнозируемый, непропорциональный характер. В этой связи вполне оправдано применение философской рефлексии, сопряженной с теоретико-методологическим потенциалом социальной синергетики с целью более глубокого погружения в сущность этого явления. Перечисленные аргументы определяют теоретическую и практическую актуальность названной проблемы.

Объект исследования – массовое общество рубежа XX – XXI веков.

Предмет исследования – трансформации массового общества, детерминированные экспоненциальным ростом объемов сетевой электронной коммуникации.

Целью работы является анализ основных изменений, происходящих в современном массовом обществе эпохи Интернет, определение их причин и последствий.

Основные задачи, которые решаются в данном контексте:

1) определить специфику понимания таких феноменов как масса, толпа, публика в работах зарубежных исследователей рубежа XIX – XX веков;

2) выявить наличие внутренних противоречий в использовании терминов «масса», «толпа», «публика» в концепциях отдельных авторов; определить причины неоднозначности их понимания;

3) определить характеристики избирательного пользователя, как представителя современного человека массы;

4) осуществить экспозицию концепта Субъект-медиа, провести репрезентацию его основных структурных составляющих;

5) обосновать специфику субъектности избирательного пользователя, формирующуюся в результате сетевых субъект-объектных взаимодействий;

6) выявить особенности управления современным массовым обществом.

Теоретико-методологические основания исследования. Исследуя специфику понимания таких феноменов как масса, толпа, публика автор опирается на работы теоретиков массового общества, в частности, Г.Лебона, Г.Тарда, Х.Ортега-и-Гассета, С.Московичи, Э.Канетти, Ж.Бодрийяра, П.Вирно, А.Барда, Я.Зодерквиста. При исследовании причин возникновения противоречий в интерпретациях терминов масса, толпа, публика нами активно используется методологический инструментарий герменевтики, в

частности, принцип герменевтического круга. Одновременно мы обращаемся к ряду лингвистических подходов к трактовке значения слова, таких как признаковый, параметрический, прототипный, ассоциативный, ситуационный и другие. При изучении динамики развития теорий массового общества применялся сравнительно-исторический метод, при изучении структуры современного массового общества метод восхождения от абстрактного к конкретному, критико-рефлексивный, а также системно-структурный методы.

Исследование также базируется на теории социальной самоорганизации. В частности, автор использует подход отечественных исследователей Полунина Ю. А. и Тимофеева И. Н., которые изучают нелинейные политические эффекты, экстраполируя его на исследование нелинейных эффектов управления современным массовым обществом. Важное значение для исследования имеют работы Е.Н.Князевой, развивающие идеи детерминации познавательной деятельности особенностями телесной организации индивида (embodied cognition approach). Они явились методологической основой анализа специфики поиска информации в сети Интернет избирательным пользователем, в основе которой лежат биологические зависимости.

Степень разработанности проблемы. Интерес к изучению массового общества нашел свое отражение в работах зарубежных и российских авторов. В первой главе нашей работы мы обращаемся к рассмотрению концепций массового общества XIX – XX веков. Это работа Густава Лебона «Психология народов и масс», которая предлагает подробный анализ психологической стороны расы и толпы как определяющего мотива поведения человека, а значит и хода истории; работа французского социолога и криминалиста Габриэля де Тарда «Мнение и толпа», в которой исследуется публика как творец общественного мнения; главное исследование выдающегося мыслителя в области социальной философии Элиаса Канетти «Масса и власть», в котором он оригинально освещает тему масс, выделяя

основные формы масс; исследование выдающегося французского психолога, автора работ в области социальной психологии Сержа Московичи «Век толп», в которой он подробно анализирует теории толпы и массы Г. Лебона, Г. Тарда, З. Фрейда и других, а также высказывает собственные идеи по данной теме; работа испанского философа Хосе Ортеги-и-Гассета «Восстание масс», а также произведение Жана Бодрийера «В тени молчаливого большинства», оказавшие огромное влияние на развитие философской мысли XX века. Данные работы выбраны нами по следующим основаниям. Во-первых, они отражают теорию масс в ее историческом развитии, охватывая временной отрезок с конца XIX века и до конца XX века, что позволяет проследить динамику изучения проблемы. Во-вторых, данные труды считаются классическими в области изучения массового общества. В-третьих, точки зрения авторов кардинально отличаются, что позволяет комплексно рассмотреть феномен масс. Кроме перечисленных исследователей изучением феномена масс занимались З. Фрейд, который также рассматривал массу как толпу; Д. Рисмен, Г. Блумер, Э. Ледерер, Э. Шилз, которые называют массу «гетерогенной аудиторией, <...> противостоящей классам»; Л. Намфорд, рассматривающий массу как форму существования человека в условиях «механизированного общества»; М. Вебер, акцентирующий свое внимание на массе как «бюрократизированном обществе». Также характеристики массового общества необходимо отражаются и в теории элит П. Сорокина.

В отечественных исследованиях также есть опыт рассмотрения проблематики массового общества. Так особое внимание с 70-х годов XX века получила проблема влияния идеологии советского общества на формирование массового общества, которая отразилась в работах Б.А. Грушина. Развал Советского Союза и последствия данного события повлекли за собой крупные общественные и культурные изменения, что привело к необходимости анализа произошедших изменений. Данную проблематику в своих работах рассматривали такие отечественные

исследователи, как А.С. Ахиезер, Н.Ф. Наумова, В.М. Межуев, А.А. Зиновьев, Д.В. Ольшанский, А.П. Назаретян и другие.

Во второй главе диссертации мы обращаемся к современным исследованиям массового общества. В первую очередь анализируется концепция немецких исследователей А. Барда и Я. Зодерквиста, представленная в работе «Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма», в которой авторы определяют современное массовое общество как потребителей (консюмтариат). Также рассматривается концепция П. Вирно, изложенная в книге «Грамматика множеств», в ней автор определяет массу через понятие «множества», которое характеризуется им как активный субъект, возникающий в глобальном масштабе. При работе над диссертацией были изучены коллективные труды, отдельные монографии и статьи российских и зарубежных ученых. Например, работы Шестаковой И. Г., в которых анализируется влияние инфокоммуникационной реальности на человека и общество, Князевой Е.Н., анализирующей в рамках телесно-ориентированного подхода особенности восприятия информации человеком, Власова А.И., Черниковой В. Е., рассматривающие особенности манипулирования массовым сознанием, Поршнева В. Г., анализирующего механизмы контрсуггестии, Е.В. Сайко, В.М. Розина, С.Л. Рубинштейна, С.Я. Дерябо, Н.В. Богдановича, рассматривающих проблемы субъектности, а также Д.В. Ландэ, И.А. Василенко, анализирующие особенности информационной среды сети Интернет, и многие другие работы.

Изучение современных тенденций развития массового общества, несмотря на большое количество литературы, посвященной данной тематике, не получило до сих пор подробного освещения ни в российских, ни в зарубежных работах. Многие аспекты требуют детального и основательного теоретического осмысления. Особое значение имеет социально-философский анализ ключевой тенденции современности, определяющей специфику современного массового общества – экспоненциального роста объемов сетевой коммуникации.

Научная новизна работы заключается в том, что в ней:

1) эксплицирован новый глобальный тренд трансформации современного массового общества - возникновение нового типа массового человека (избирательный пользователь), обладающего набором антиномичных характеристик. Рациональность, целенаправленность, избирательность, стремление к автономному выбору в поиске информации отличают его от массы консьюмеров. Однако детерминированность его избирательности внешними механизмами, отсутствие осознания принадлежности к массе, предпочтение форм когнитивной деятельности, максимально минимизирующих интеллектуальные и психологические усилия, нивелируют интенции на конструктивное развитие, удерживают его в пределах массы;

2) осуществлена экспозиция концепта Субъект-медиа, структура которого представлена антропной и технологической составляющими;

3) выявлена антропоморфная специфика элементов технологической составляющей Субъекта-медиа, обладающих способностью имитировать поведение человека в пространстве сетевой коммуникации, следствием чего выступает инструментальный потенциал Интернет-технологий формирования общественного мнения и массового поведения;

4) показано, что субъектность избирательного пользователя носит нелинейно производный характер и преимущественно задается воздействиями Субъекта-медиа;

5) выявлено, что он-лайн активность Субъекта-медиа в виртуальном коммуникативном пространстве продуцирует значительные социальные, политические, культурные трансформации в режиме офф-лайн (смена политических режимов, социальных и культурных норм, мировоззренческих ориентаций и т.д.);

6) обнаружено, что деятельность акторов Субъекта-медиа порождает нелинейные эффекты, возникающие в процессах управления массовым обществом: множественность и разноплановость каналов сетевого

воздействия, непропорциональная реакция на информационное воздействие, непрогнозируемый характер результата сетевой коммуникации. Следствием этого является вытеснение локального (географического) социального контроля глобальным (информационно-коммуникационным).

Положения, выносимые на защиту:

1) В современном массовом обществе возникает новый тип массового человека – избирательный пользователь, который отличается рациональным, целенаправленным, избирательным подходом к поиску необходимой информации в сравнении с представителем конъюмтариата, стремлением осуществить автономный выбор, избегая при этом внешние детерминации. Однако механизмы его избирательности определяются извне Субъектом-медиа, обладающим доступом к управлению масштабными коммуникационными системами, создающим определенную структуру, иерархию информации. Субъект-медиа определяет возможности, в пределах которых индивид может проявлять собственную избирательность, имеющую как следствие, деривативный и шаблонный характер.

2) Появление избирательного пользователя во многом опосредовано активностью Субъекта-медиа, который представлен двумя уровнями: антропным и технологическим. Антропный – это совокупность акторов, которые опосредованно или непосредственно взаимодействуют с избирательным пользователем. В роли таковых выступают создатели Интернет-ресурсов (сайтов), люди, отвечающие за наполнение их контентом, собственники и владельцы ресурсов (информационных, экономических, военных и т.д.), имеющие доступ к управлению информационными потоками в сети Интернет. Технологический уровень - это совокупность механизмов технологической реализации коммуникации, в которую вовлечен пользователь. К этому уровню относятся мониторинг Субъектом-медиа поведенческой информации, геотаргетинг, поисковая оптимизация, спам, контекстная реклама, использование ботов, троллинг, «пузырь фильтров».

3) Для функционирования технологических систем Субъекта-медиа характерна тенденция антропоморфизации. Поведение современных программ, действующих в Интернете все сложнее отличить от поведения реального человека. Обладая набором подобных программ-ботов акторы Субъекта-медиа способны распространять необходимую им информацию и соответственно формировать общественное мнение, влиять на массовое поведение. Этот структурный элемент Субъекта-медиа является очень мощным ресурсом, позволяющим управлять когнитивной деятельностью и в целом поведением избирательного пользователя.

4) Избирательный пользователь является носителем нелинейно производной субъектности, поскольку активность «хозяина» (им может быть отдельный человек, группа, государство) сложных технических систем коммуникации неизбежно оказывает нелинейное влияние на познавательную деятельность индивида, его поведение и социальные взаимодействия. Последние зачастую формируются не только и не столько субъектами этого взаимодействия, а в первую очередь Субъектом-медиа, посредником, которому принадлежит роль дирижера. Поэтому избирательному пользователю, несмотря на более высокий уровень рациональности и рефлексии (в сравнении с представителем консьюмтариата), сложно преодолеть пределы массы.

5) Управленческие воздействия Субъекта-медиа, произведенные им в режиме «он-лайн» в виртуальном коммуникативном пространстве часто запускают обратные связи в режиме «офф-лайн», в реально существующих локальностях, которые в результате претерпевают существенные политические и социально-культурные трансформации.

6) Современные информационно-коммуникационные технологии порождают нелинейные эффекты, часто возникающие в процессах управления массовым сознанием. Один из таких эффектов – делокализация контроля над национальным информационным пространством. На смену различным инструментам локального социального контроля приходит

глобальный социальный контроль, который обеспечивает уникальную возможность для распространения определенной идеологии, ведения пропаганды, осуществления кампаний по дезинформации, информационных провокаций в масштабах всего мира.

Теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования обусловлена новизной и актуальностью темы исследования. Работа задает современный ракурс рассмотрения феноменов масса, массовое общество, человек массы, что способствует более глубокому и аутентичному пониманию их сути.

Результаты, к которым пришел автор в процессе исследования, могут быть использованы при подготовке учебных пособий, методических разработок, материалов лекций и семинаров по учебным дисциплинам «Социальная философия», «Культурология», «Медиафилософия», входящим в основные образовательные программы высшего образования, а также для рекомендаций по работе с информацией в Интернете.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертационного исследования обсуждены на заседании кафедры общей философии Института социально-философских наук и массовых коммуникаций Казанского (Приволжского) федерального университета. Отдельные аспекты работы нашли отражение в докладах на Международной междисциплинарной конференции XVI Вавиловские чтения «Человек, общество, природа в эпоху глобальных трансформаций» (Йошкар-Ола, 2012), Итоговой научно-образовательной конференции студентов и аспирантов Казанского (Приволжского) Федерального университета (Казань, 2013), XLI международной научно-практической конференции «Научная дискуссия: инновации в современном мире» (Москва, 2015), Международной научно-практической конференции «Призраки идей и фантомы реальности: III Садыковские чтения» (Казань, 2015), Итоговой научно-образовательной конференции студентов и аспирантов Казанского (Приволжского) Федерального университета (Казань, 2016).

По теме диссертации опубликовано 10 научных работ, 3 из которых в изданиях, входящих в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней докторов и кандидатов наук.

Структура работы. Текст диссертации состоит из введения, двух глав (первая глава включает три параграфа, вторая глава включает четыре параграфа), заключения, списка литературы, включающего в себя 137 наименований. Общий объем диссертации – 138 страниц.

Основное содержание работы

Глава I **«Специфика рассмотрения феномена массы в трудах теоретиков массового общества»** посвящена выявлению особенностей интерпретации феноменов масса, толпа, публика и противоречий в их терминологическом отражении в трудах теоретиков массового общества конца XIX – второй половины XX веков, а также поиску причин выявленных противоречий.

В первом параграфе **«Различные значения терминов «масса», «толпа», «публика»** рассматриваются термины «масса», «толпа» и «публика», которые используются в исследуемых нами трудах. Выявлены основные значения, которые приписывают данным терминам Г.Тард, Г.Лебон, Х.Ортега-и-Гассет, С.Московичи, Э.Канетти и Ж.Бодрийяр. Выявлено четыре основных значения, которые авторы вкладывают в понятия «толпа», «масса», «публика». Первое – *«множество людей в условиях пространственной скученности»*. Данный смысл мы находим в концепциях всех рассматриваемых нами исследователей. Второй – *«множество людей, объединенных идеей»*. Его мы встречаем у Г.Лебона, Г.Тарда, Х.Ортеги-и-Гассета, С.Московичи. Третье значение – «масса» как *«совокупность людей с определенными личностными качествами»*. Это значение – центральное в концепции Х.Ортеги-и-Гассета и отчасти задействовано у Ж.Бодрийяра.

Четвертое значение – *«угнетенные или, по крайней мере, неэлитарные социальные слои»*. Данный смысл мы встречаем у Г.Лебона, Г.Тарда, Х.Ортеги-и-Гассета, Ж.Бодрийяра. В параграфе делается вывод о том, что авторы, обращающиеся к феномену масса, даже используя один и тот же термин, исследуют совершенно разные явления. Единство терминологического оформления порождает грандиозную иллюзию наличия единого исследовательского поля и единого объекта исследования. Логическим следствием из обнаруженных нами разночтений является необходимость признать, что не существует массы как феномена, который по-разному исследуется различными авторами, а существует несколько совершенно разных феноменов, обозначаемых термином «масса», исследование которых следует рассматривать порознь, не поддаваясь гипнозу термина. Иными словами, не существует никакой «теории масс», существует несколько исследовательских пространств, где, в том числе с использованием термина «масса», исследуются различные, часто мало связанные друг с другом социальные феномены.

Во втором параграфе **«Внутренние противоречия в использовании терминов «масса», «толпа», «публика» (на примере концепций Х. Ортеги-и-Гассета, Г. Тарда. Э. Канетти, С. Московичи, Ж. Бодрийяра)»** обосновывается тезис, что каждый из авторов вкладывает в понятия «масса», «толпа», «публика» свое собственное определенное значение. При этом у ряда авторов наблюдается ситуация, когда одно то же слово имеет в отдельных местах текста различные смысловые значения. Г.Лебон использует термины «масса» и «толпа» в основном как синонимы, однако вкладывает в них три разных значения (*«множество людей, находящихся в условиях пространственной скученности»*; *«множество людей, объединенных идеями»*; *«неэлитарные слои населения»*). В исследовании Г.Тарда мы обнаруживаем последовательное разграничения терминов «толпа» и «публика», причем «толпа» означает у него *«множество людей, находящихся в условиях пространственной скученности»*, а

«публика» – *«множество людей, объединенных идеей»*. У Х.Ортеги-и-Гассета находим все четыре выделенные нами смысла (*«множество людей, находящихся в условиях пространственной скученности»*; *«множество людей, объединенных идеей»*; *«неэлитарные слои населения»*; *«носители определенных личностных качеств»*). В рассуждениях С.Московичи находим два конкретных значения (*«множество людей, находящихся в условиях пространственной скученности»*; *«множество людей, объединенных идеей»*).

В работе Ж.Бодрийяра мы встречаем, как и у С.Московичи, сближение терминов «толпа» и «масса» как синонимов, при этом за ними мы обнаруживаем два значения (*«неэлитарные слои населения»*; *«носители определенных личностных качеств»*). Также Ж.Бодрийяр заявляет, что массой являются все люди – это можно трактовать в русле значения *«носители определенных личностных качеств»* либо выделить как отдельное значение. Кроме того, особенность позиции Ж.Бодрийяра в том, что он заявляет о принципиальной невозможности дать определение слову «масса».

В исследовании Э.Канетти вырисовывается вполне определенный единственный смысл. Он говорит о массе в значении *«множество людей, находящихся в условиях пространственной скученности»*, подробно и последовательно обосновывая и подтверждая эту идею в своей работе.

В параграфе опорой на тексты показано, что выдающиеся теоретики массового общества допускают непоследовательность в оперировании терминами, в результате чего один и тот же термин в разных местах одного и того же произведения содержит разные коннотации. Мы подчеркиваем, что разбираемые нами случаи нельзя трактовать как обращение автора к различным аспектам, граням, частным случаям одного и того же понятия; перед нами – совершенно разные понятия, разграничение которых было произведено нами в первом параграфе работы. Как следствие обосновывается наличие внутренних противоречий в концепциях

исследователей. Выявляется наличие нарушений закона тождества, закона противоречия (дистантные противоречия).

В третьем параграфе **«Проблема многозначности слов «масса» и «толпа» как частный случай проблемы значения термина»** с опорой на лингвистические и психологические теории рассматриваются возможные причины внутренних противоречий, возникающих в теориях массового общества, анализируемых в работе.

Проведенный обзор различных концепций показал, что разные исследователи по-разному видят механизмы функционирования лексического значения в мышлении. В частности, по-разному можно трактовать соотношение ролей чувственного и рационального познания. Мы рассмотрели такие подходы к значению слова, как признаковый, параметрический, прототипный, ассоциативный, ситуационный. На основании идей Р. Арнхейма и прототипного подхода мы выдвинули предположение о зрительном образе массы, возникающем в сознании при обращении к разным значениям слов «масса» и «толпа», тогда как оправданным данный образ оказывается лишь в случае со значением «множество людей, находящихся в условиях пространственной скученности». Таким образом, зрительный образ массы можно рассматривать как одну из возможных причин «наложения» друг на друга различных значений и терминологической путаницы.

На основании признакового, ассоциативного и ситуационного подходов к значению слова мы выдвинули гипотезу о том, что причиной смешения различных значений слов «масса» и «толпа» являются смысловые компоненты, которые присутствуют сразу более чем в одном значении. Такими смысловыми компонентами могут выступать, например, множественность людей, их усредненность (однородность массы), неэлитарность представителей масс, ослабление рациональности и усиление иррациональности, а также сложные социокультурные процессы,

связывающие феномены, обозначаемые терминами «масса» и «толпа», прежде всего – процесс массовизации разных сторон жизни общества.

В параграфе делается вывод о том, что теоретики могут не замечать, что употребляют термины «масса» и «толпа» в разных значениях из-за того, что, даже обращаясь к разным феноменам (соответствующим разным значениям терминов «масса» и «толпа»), они подчас исследуют одни и те же социокультурные проблемы. Например, это проблема взаимодействия элит и тех, кто элитами не является; проблема массовизации и ее негативного влияния на личность и культуру; проблема усиления иррациональных факторов в жизнедеятельности современного общества. Расходясь на уровне значений слова, теоретики вновь сходятся на уровне проблем, которые они исследуют, подходя к этим проблемам с разных сторон и исследовательских позиций.

Глава II **«Современное массовое общество: пространство сетевой электронной коммуникации»** посвящена исследованию изменений, происходящих в современном массовом обществе эпохи Интернет, экспликации их причин и последствий. Рассматриваются социально-культурные трансформации рубежа XX-XXI веков, определяющие специфику современного массового общества. Наиболее значимыми являются резко возрастающие в начале XXI века объемы информационных потоков и степень включенности массового человека в различные формы сетевой коммуникации.

В первом параграфе **«Избирательный пользователь как представитель современной формы массового общества»** выявлен новый тип человека массы – «избирательный пользователь». Определены его основные характеристики, которые условно можно разделить на две группы:

1. Первая группа определяет положительный вектор его развития, избирательность его поведения в пространстве сети Интернет, носящую рациональный характер:

1.1. Способность к целеполаганию в процессе поиска информации. Избирательный пользователь приходит в сеть с конкретными задачами, которые ему необходимо решить. Это может быть вопрос повседневного характера или поиск профессиональной, научной информации. Избирательный пользователь всегда приходит с конкретным вопросом, с желанием найти удовлетворяющий его ответ.

1.2. Нацеленность на результат, наличие желания получить ответ на поставленный вопрос. Поисковый процесс, как правило, будет продолжаться до тех пор, пока устраивающая его информация не будет найдена. Он ищет конкретную информацию, стараясь избежать воздействия внешних стимулов, способных отвлечь его от поставленной задачи. Как правило, вопросы этого типа пользователя редко отличаются высокой степенью креативности и имеют ответ в пределах контента Интернета.

1.3. Наличие рациональных оснований поиска и отбора информации. Данный критерий носит противоречивый характер. На первый взгляд избирательный пользователь обладает навыками рефлексии, его навигация в сети рационально обусловлена. Однако выбор информации в большинстве случаев основывается не на рациональных рассуждениях, а на бессознательном, интуитивном выборе. Он может просчитываться акторами сети Интернет, которые используют когнитивные шаблоны человека, основанные на специфике восприятия информации, и шаблоны, формирующиеся посредством технологических элементов Субъекта-медиа. Поэтому назвать процесс поиска подлинно осознанным, логичным и рациональным невозможно. При этом наличие самой интенции к проявлению рациональности в поиске информации определяет положительное направление развития избирательного пользователя.

2. Вторая группа характеристик избирательного пользователя не позволяет в полной мере реализовать характеристики, отнесенные нами к первой группе. Они блокируют интенции избирательного пользователя на конструктивное развитие и удерживают его в пределах массы:

2.1. Избирательность основана на механизмах, которые задаются извне как человеку массы. Их действие основывается на эксплуатации природных особенностей восприятия. У избирательного пользователя отсутствует потребность в самостоятельном поиске альтернативных источников информации. Интернет–ресурсы в этом случае выступают в качестве доминирующего аттрактора, который организует и направляет когнитивную деятельность избирательного пользователя.

2.2. Отсутствие осознания принадлежности к массе. Данный индивид не чувствует себя человеком массы. В процессе потребления информации он уверен в том, что совершает осознанный выбор и потребляет то, что его интересует. Подобная установка не позволяет ему преодолеть пределы массы.

2.3. Избирательный пользователь отдает предпочтение формам когнитивной деятельности, которые максимально минимизируют его интеллектуальные, психологические усилия. Проявляет неспособность и нежелание работы с объемными текстами. Его интересует конкретный информативный источник с четко сформулированным ответом. При этом атрофируется способность аналитической обработки большого количества разных источников информации с целью получения наиболее полных и объективных выводов. Все большее предпочтение отдается конкретному ответу на вопрос, пусть и не всегда приближенному к истине. Избирательный пользователь часто проявляет торопливость при поиске информации, дистанцируясь от не интересующей его информации.

Во втором параграфе **«Концепт Субъект – медиа: структурные репрезентации»** осуществлена экспозиция концепта Субъект-медиа, репрезентирующего акторов, задающих природу избирательного пользователя и отвечающих за его формирование. Структурно Субъект-медиа представлен двумя уровнями. Первый – *антропный* – представляет собой совокупность акторов, которые опосредованно или непосредственно взаимодействуют с избирательным пользователем, формируют ответы на

поставленные вопросы, а также, часто определяют сферу интересов и специфику возникающих вопросов пользователя. Это создатели влиятельных Интернет-ресурсов (сайтов), специалисты, отвечающие за наполнение этих сайтов контентом, люди, владеющие и распоряжающиеся ресурсами (экономическими, военными, государственными и др.) и управляющие деятельностью этих информационных сайтов. Второй уровень – *технологический* – это совокупность механизмов технологической реализации коммуникации между пользователем и Субъектом-медиа. К этому уровню относятся мониторинг Субъектом-медиа поведенческой информации, геотаргетинг, белая, серая и черная поисковая оптимизация, спам, контекстная реклама, использование ботов, троллинг, «пузырь фильтров».

В параграфе дана дескрипция механизмов и технологий, при помощи которых Субъект-медиа оказывает влияние на избирательного пользователя. Обнаружено, что это влияние зачастую является латентным, неосознаваемым избирательным пользователем. В условиях подобного управленческого воздействия реализуется возможность управления огромными массами людей в реальной жизни при помощи Интернет коммуникаций. На конкретных примерах показано, что управленческая активность Субъекта-медиа, реализуемая им в виртуальном коммуникативном пространстве, способна запускать обратные связи в реальной жизни.

Выявлена острая проблема идентификации истинной информации в виртуальном пространстве, в этой связи вымышленные факты, идеи могут обладать мощным потенциалом для реализации целей в реальном мире. Обладая механизмами интерактивного внедрения и быстрого горизонтального распространения информации Субъект-медиа способен внедрять в реальность необходимые идеи и генерировать конкретные события.

В третьем параграфе **«Избирательный пользователь в Интернет-пространстве как носитель нелинейно производной субъектности»**

показано, что оставаясь представителем массы, избирательный пользователь своей деятельностью в коммуникативном пространстве Интернета демонстрирует особый тип субъектности, которую можно определить как *нелинейно производную субъектность*. Все чаще имеет место ситуация, в которой избирательный пользователь, имеющий стремление к самоопределению, самостоятельности, активности, самосовершенствованию, попадает в условия, не позволяющие ему подлинно реализовать свое стремление. Вместо этого он проявляет производную субъектность, которая во многом определяется извне Субъектом-медиа. В процесс становления его самости в повседневной жизни необходимо включены разнообразные структурные составляющие Субъекта-медиа, влияние которых отличается разноплановостью, непредсказуемостью в плане содержания и результата.

Выдвигается тезис о диффузном характере взаимоотношений Субъекта-медиа и избирательного пользователя. На этапе формирования намерения и начала реализации поиска информации избирательный пользователь выступает в роли самостоятельного субъекта, по собственной инициативе приступая к поиску информации и задавая его необходимые параметры. Однако с момента вступления в процесс сетевых взаимодействий Субъекта-медиа эти субъект-объектные роли начинают размываться, поскольку Субъект-медиа перестает быть просто инструментом поиска. Векторы продвижения избирательного пользователя в поиске информации, результаты поиска необходимо определяются теми структурными элементами, совокупность которых и образует Субъекта-медиа. В результате субъект-объектные отношения, формирующиеся в пространстве сети Интернет, начинают носить диффузный характер. Как следствие, в данных условиях избирательному пользователю сложно преодолеть пределы массы.

В четвертом параграфе **«Управление современным массовым обществом: нелинейные эффекты»** показано, что технологические возможности Интернет коммуникации открывают колоссальные ресурсы управления массовым обществом, позволяют собирать данные о конкретных

действиях индивидов в сети, составлять статистику, а значит контролировать и влиять как на отдельных людей, так и на массы людей в целом. Кроме того, возможности управленческих воздействий теперь не привязаны к конкретной локации. Происходит вытеснение локального (географического) социального контроля глобальным (информационно-коммуникационным). На поведение различных групп людей можно оказывать влияние из различных географических точек, тем самым реализуя экономические, политические и иные интересы. В данной ситуации возможность организованного контроля над массами людей становится довольно проблематичной. Сложно спрогнозировать и проконтролировать все факторы, оказывающие влияние на массовое сознание, это указывает на возникновение нелинейных эффектов в области социального контроля. В параграфе рассматриваются такие проявления нелинейных эффектов в процессах управления массовым обществом как, детерминация аттрактором, как будущим состоянием; динамика изменения процессов в массовом обществе; влияние ресурсных ограничений; недетерминированная (нелинейная) связь прошлого и настоящего; влияние случайных малых факторов на результаты управленческой деятельности. Ускоряющиеся темпы роста Интернет-коммуникации, одновременная возможность доступа большого количества субъектов к авторитетным, имеющим большую популярность у пользователей ресурсам проблематизируют возможность учета малых факторов, запускающих масштабные трансформации, что позволяет говорить о нелинейном характере развития современного массового общества.

В заключении диссертационного исследования подводятся итоги и намечаются возможные перспективы разработки данной проблематики.

Основное содержание диссертации отражено в следующих публикациях:

Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК:

1. Федченко С.С. Противоречия использования термина «масса» и его синонимов в трудах теоретиков массового общества / С.С. Федченко // Ученые записки Казанского университета. – 2014. – № 1. – Т.156.– С. 184-191.
2. Федченко С.С. Трансформация феномена масса: от толпы к избирательному пользователю / С.С. Федченко // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики – 2015. – №12. – Ч.3. – С. 184-187.
3. Николаева Е.М., Федченко С.С. Избирательный пользователь в Интернет пространстве как носитель производной субъектности / Е.М. Николаева, С.С. Федченко // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2016. – № 1(46). – с. 128-134.

Публикации в других научных изданиях:

4. Федченко С.С. Проблема принципиально различного понимания термина «масса» в работах Х. Ортеги-и-Гассета, Э. Канетти, С. Московичи//С.С. Федченко / Человек, общество, природа в эпоху глобальных трансформаций. Шестнадцатые Вавиловские чтения: материалы постоянно действующей международной междисциплинарной научной конференции: в 2 ч./ под ред. В.П. Шалаева – Йошкар-Ола: Поволжский Государственный технологический университет, 2013. – Ч.1– С. 59–60.
5. Федченко С.С. Проблема трансформации феномена "масс" в условиях информационного общества // С.С. Федченко / Международный научный институт "Educatio" – 2014. – №5. –Ч.4 – С. 129-131.

6. Федченко С.С. Избирательный пользователь как продукт современных социальных трансформаций / С.С. Федченко // Научная дискуссия: инновации в современном мире – 2015. – №9(40) – С. 69–74.

7. Федченко С.С. Избирательный пользователь как тенденция развития современного массового общества / С.С. Федченко // Призраки идей и фантомы реальности: III Садыковские чтения. Материалы Международной научно-практической конференции / под ред. О.Г. Ивановой, А.Р. Каримова, Н.А. Терещенко, Т.М. Шатуновой [Электронный ресурс]. – Казань: Изд-во Ка-зан. ун-та, 2015.