

Символическое насилие в социальных сетях в эпоху постмодерна

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Ананьева Мария Владимировна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия
E-mail: ananjeva29@mail.ru

Власть над социальным капиталом в рамках социальных сетей реализует себя через символическую власть, власть над контентом (идеология, пропаганда, PR) - именно этого аспекта я буду касаться в этой статье, которая будет посвящена анализу символического насилия в постмодерновой, информационной эпохе; как символический абьюз консьюмеристской идеологии и философии находит свое выражение в информационном пространстве.

Культурная парадигма изменилась, и это дало совершенно новые формы контроля. В постмодерне социальные нормы и порядки, не тождественные их реальному выражению, утверждаются с помощью скрытого принуждения, или через символическое насилие по Бурдье. Словенский философ Славой Жижек так определил одну из особенностей постидеологичной политики: современная одномерная реальность опаснее, чем 50-60 лет назад, потому что формы идеологического контроля из открытых стали скрытыми. Созвучна с идеями Бурдье, или расширяет их, концепция когда сигнификации Бодрийяра. Код сигнификации - то эквивалент обмена символического: все ценности становятся знаками, доминируемые кодами. При этом коды предлагают структуру контроля и власти более мягкую и в то же время более тоталитарную, чем эксплуатация. Семиократия - власть кодов сигнификации. Я бы определила современную идеологию - как консьюмеристскую семиократию.

Пользователь социальной сети - творец контента, мотивируемый получением “одобрения” со стороны его подписчиков/друзей. Поэтому механизм одобрения в пространстве социальных сетей играет далеко не последнюю роль применительно к процессам циркуляции идей и мнений. Контент (информация) — информационный актив, как и профиль (аккаунт) с собранной аудиторией, социальным капиталом. Социальный капитал социальных сетей исчисляется количеством и качеством активных социальных связей аккаунта и уровнем авторитетности аккаунта. Социальный капитал существует в формах взаимосвязи пользователей и обмена информацией, и является наиболее сильным в плотной сети взаимных социальных отношений, которые люди могут опираться на достижение своих интересов. Сила этой ассоциации различна и зависит от типа используемой платформы, ее интерфейса, а также от культурных, демографических, экономических и психологических характеристик пользователей.

Пользователи социальных сетей создают профили (представительства), репрезентирующие их в пространстве избранной социальной сети. Таким образом, помимо такой психоаналитической структуры как “persona” в пространстве социальных сетей формируется “social media persona”. Это явление представляет собой публичное изображение личности,

адаптированное под мейнстримные, уже внедренные в пространство социальных сетей образы. Пользователь - творец контента, мотивируемый получением “одобрения” со стороны его подписчиков/друзей. Поэтому механизм одобрения в пространстве социальных сетей играет далеко не последнюю роль применительно к процессам циркуляции идей и мнений и формированию контента на всех уровнях сети. Иначе говоря - негласный закон одобрения и диктата образов мышления, поведения, внешнего вида - определяет поведение пользователей сети.

В одном из интервью Славой Жижек сказал: «... Невероятная социальная динамика сегодняшнего капитализма, наравне с научными и технологическими прорывами, настолько изменили существующий строй, что старые этические и религиозные системы больше не работают». До этого Ницше провозгласил смерть Бога как мировоззренческой основы человечества. Все вышперечисленное стало основой такого явления (по Э. Дюркгейму) как аномия разрушение традиционных социальных связей, обусловленное тем что роль настоящего коллектива отошла на второй план перед мощью государственной машины, и всякая подлинная социальная жизнь просто исчезла. В век постмодерна государственная машина уже не играет такой роли, о которой говорил Дюркгейм. На ее место приходит символическое насилие консьюмеризма которое использует медиа. «Дезорганизованная пыль из разрозненных индивидов» - то же самое, что и говорил Бодрийяр о массах.

Жан Бодрийяр причиной отчуждения и девальвации называет разрыв между знаком и объектом. Знак превращается в самостоятельный объект, который посредством длинного ряда самокопирований полностью отрывается от реальности, которую он призван обозначать, и образует виртуальную реальность, не имеющую ничего общего с подлинной реальностью. Личность постепенно теряет свою уникальность, становится унифицированным элементом бессмысленного калейдоскопа масок (в контексте этой статьи - social media personas), становится объектом среди объектов.

В массовом обществе человек чувствует себя изолированным и одиноким даже будучи частью массы; у него нет убеждений, которыми он мог бы поделиться с другими людьми, их заменяют лозунги и идеологические штампы, которые он черпает из СМИ. Если раньше для того, чтобы быть лидером мнений, надо было минимум обладать незаурядностью и компетентностью по вопросу, репутацией, то сейчас лидер мнений это тот, кто выражает в себе в запросы и вкусы массового человека, те, который продиктованы общей консьюмеристской культуры. Разрозненные единицы, объединенные лишь архитектурой социальных сетей, занимаются репликацией симулякров, копиями, снятыми с копиями, и все это делается для формирования сообществ по ложным принципам солидарности.

Источники и литература

- 1) Бурдье П. Социальное пространство и генезис «классов» / П. Бурдье // Социология социального пространства / П. Бурдье. – СПб., Алетейя, 2007.
- 2) Спектакль без режиссеров: как функционирует общество в эпоху постидеологии URL: <https://knife.media/postideology/>
- 3) Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть (1976). М.: «Добросвет», 2000. - 387 с.
- 4) Юнг К. Г. Психология бессознательного / пер. с англ. 2-е изд., М. : Когито-Центр, 2010. 352 с
- 5) Ги Дебор (часть первая) URL: <https://syg.ma/@sickrrett/gi-diebor-statia-piervaia-chast-piervaia>

- 6) Дюркгейм Э. Самоубийство. Социол. этюд / Пер. с фр. / Изд. подгот. Вал. А. Луков. – СПб.: Союз, 1998. – 496 с.
- 7) Ортега-и-Гассет, 1997b – Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды / Сост., предисл и общ. ред. А.М. Руткевича. М.: Весь мир, 1997. 700 с.