

Научная статья
УДК 316.34/.35
DOI: 10.18101/1994-0866-2024-1-3-10

**ЛИДЕР ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ:
СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ В УСЛОВИЯХ ГИПЕРРЕАЛЬНОСТИ
СОВРЕМЕННОСТИ**

© **Истомина Ольга Борисовна**

доктор философских наук,
заведующая кафедрой социально-экономических дисциплин,
olgaistomina@mail.ru

© **Кузьмина Анастасия Алексеевна**

соискатель,

Иркутский государственный университет
Россия, 664025, г. Иркутск, ул. Сухэ-Батора, 9
kuzminanastya1998@gmail.com

Аннотация. В статье анализируются социальные характеристики лидерства в общественном сознании современности. Автор оценивает характер динамики культуры лидерства в общественных оценках новой конструируемой социальной реальности. Обоснованы позиция влияния и социального давления квазисоциального на траектории социального поведения и характер общественных контактов. Рискогенность динамики существенных характеристик лидерства видится в декомпозиции ценностного нарратива, амбивалентности морали постмодернити. Информационный террор, основанный на «опрокинутых ценностях», обладает масштабной вирулентностью, направленной, по оценкам автора, на молодое поколение. Обоснование данных рисков видится в «социальных следах» вестернизации, получившей пролонгацию за счет либеральной политики последних десятилетий и contagiозного контента массмедиа, в распространении классических аддикций кризисов и новых форм, в том числе думскроллинга. Вектор трансформаций видится автору в ревитализации традиционных российских императивов и принципов нового гуманизма.

Ключевые слова: лидер общественного мнения, общественное сознание, гиперреальность, новая социальная реальность, аддикции кризиса, социальное и квазисоциальное, социальное взаимодействие, информационный террор, традиционные императивы.

Для цитирования

Истомина О. Б., Кузьмина А. А. Лидер общественного мнения: социальный портрет в условиях гиперреальности современности // Вестник Бурятского государственного университета. Философия. 2024. № 1. С. 3–10.

Введение. Лидер общественного мнения (далее — ЛОМ) — фигура особенно значимая в социальном смысле. Ее роль определена необходимостью отражения социальных экспектаций, выражения настроения населения. По сути, это роль актора, не столько отражающего мнение большинства, сколько ее формирующая. Социальные функции ЛОМ актуализируются в переломные периоды, когда

культурный лаг масштабируется, когда проявления аномии обретают зримые для обывателя очертания и горизонты.

Довление постмодернистских типов рациональности не только продиктовало вестернизированные модели идентификации, но и вместе с тем трансформировало традиционные императивы в «опрокинутые» ценности современности. Хрестоматийным выразителем общественного мнения для молодого поколения сегодня являются персоны интернет-сообществ, получившие массовую известность и популярность через пиар-акции, транслирующие через социальные сети, обладающие беспрецедентной контагиозностью в социальной страте молодых.

Однако либерализация ценностей определила маргинальный характер контента и добавила синергичности деструктивным изменениям сознания нескольких поколений. Данные трансформации в условиях декомпозиции общества, военных изменений международной политической повестки особенно выпукло, объемно выражаются в социальном поведении молодежи.

Сущностные характеристики ЛОМ в модернистской реальности. Изменения в рациональности, ее понимании в модерне и постмодерне очевидны, как и очевиден деструктивный характер изменений. Маргинализация экспектаций — наиболее заметная для социально-философского дискурса декомпозиция современности. От классических диспозиционных установок «хорошо — плохо», «добро — зло» эпоха макдональдизации и гламура выдвинула «нравится — не нравится», «интересно — скучно» с допущением, а позже и популяризацией амбивалентной морали.

Сущностные изменения мировоззрения не менее двух поколений определяют динамику социального портрета ЛОМ. В противовес героике модерна с лютеровской принципиальностью и единым подходом в оценках социального выстроилась аморфная парадоксальная система отношений (зачастую отличающаяся несистемностью, дезориентированностью). На смену деятельному патриотизму, созидательному труду пришла мода на «легкие деньги», на достигаемость социальных предпочтений любым путем, в том числе эпатажного характера, основанного на снижении социального контроля и внутренней саморегуляции. Традиционные императивы домодернистской и модернистской реальностей были равнозначно согласованы с христианской этикой и социалистическими идеалами, обладали социальной векторностью, устремленностью к переустройству с новыми социальными достижениями. Культура достигаемости, социальной перспективности обеспечивала востребованность таких личностных качеств, как целеустремленность, ориентированность на общественные успехи и пользу обществу, общественная востребованность и социальная включенность. Герой модерна вторит лютеровскому: «Я здесь стою, потому что по-другому не могу!» Включенность в социальные стратегии давала устойчивые эффекты социального притяжения и обеспечивала социальные лифты для успешной адаптации индивида независимо от социального происхождения.

Героика, построенная на концептах социальной справедливости и ценности труда в социалистической парадигме, лидером общественного мнения называет человека труда, деятельного, склонного к внутренним и внешним метаморфозам, конструктивным изменениям для социального блага, в том числе в ущерб личным интересам. В данной парадигме сформирована четкая линия нравственности,

нашедшая отражение в простых и понятных дихотомиях «правда — ложь», «добро — зло», «верно — неверно», ярко представленных Х. Ортегой-и-Гассетом как «"практическая", активная оригинальность героя... вечное сопротивление обычному и общепринятому, требу<ющее> сначала победы над обычаем, а затем изобретения нового рисунка поступка» [7].

Императивы модерна присваивают индивиду статус лидера общественного мнения на основании уровня социальной активности, экспертности, высокого профессионально-образовательного статуса в конкретной предметной области. Более того, ЛОМ демонстрирует не только профессиональные качества, но и вовлечен в общественную жизнь, заинтересован в успехе общего дела, по сути, являясь ярким представителем референтной группы. Иными словами, референтность и является символом лидерства в общественном сознании, проявляется в таких свойствах, как принцип сходства «такой-как-ты-и-я» и демонстрация достижений, ориентирующих на принципиальную повторяемость и возможность воспроизведения иными лицами.

Каналы лидерства в современном общественном сознании. Изменения в социальном выражении лидерства определили и динамику каналов трансляции культуры лидерства. В то же время обнаруживается и прямая взаимосвязь: изменения каналов определяют изменения социального портрета. Современный контент ввиду своей аморфности в ценностном выражении требует анонимности и широкого охвата без малейшего цензурирования. Такими качествами сегодня, бесспорно, обладают социальные сети, видеохостинги, блоги.

Длительное время, вплоть до начала СВО, данные каналы имели неограниченные ресурсы, безграничные темы для обсуждений, вариативность форм подачи информации в беспредельном объеме тематик, потребляемых рядовым обывателем постмодернити на основе сформированных вестернизированных социальных ориентиров.

Эффективность, калькулируемость и предсказуемость мак-культуры изменили подходы в понимании референтности, девальвируя качественные характеристики культуры достижений и выдвигая на авансцену количественные параметры массовой культуры. ЛОМ в постмодернити — успешный индивид, но в материально-финансовом отношении его личностные характеристики не вызывают интереса у толпы. Уровень доходов воспринимается как уровень социального успеха, интеллекта, общественного признания и в итоге референтности. Для достижения данных свойств нет потребности в профессиональной реализации, социальной востребованности, общественной пользе; достаточно узнаваемости в определенных кругах (достижимой любыми, в том числе аморальными, способами), атрибуты вестернизированной массовой культуры (предметы роскоши и материального достатка). По меткому выражению Ортеги-и-Гассета, «история отдана на откуп заурядности... новому человеческому типу — воплощенной посредственности. В социальном плане психологический строй этого новичка определяется следующим: во-первых, подспудным и врожденным ощущением легкости и обильности жизни, лишенной тяжких ограничений, и, во-вторых, вследствие этого — чувством собственного превосходства и всемогущества, что, естественно, побуждает принимать

себя таким, какой есть, и считать свой умственный и нравственный уровень более чем достаточным. Эта самодостаточность повелевает не поддаваться внешнему влиянию, не подвергать сомнению свои взгляды и не считаться ни с кем. Привычка ощущать превосходство постоянно берedit желание господствовать. И массовый человек держится так, словно в мире существует только он и ему подобные, а отсюда и его третья черта — вмешиваться во все, навязывая свою убогость бесцеремонно, безоглядно, безотлагательно и безоговорочно, то есть в духе "прямого действия"» [6, с. 10].

Вестернизированное, «перевернутое» понимание лидерства в постмодернити «назначает» ЛОМ успешных в материальном отношении людей, зачастую неотягощенных интеллектуальными данными, моральными обязательствами, нравственными ограничениями, категорическими императивами. Перефразируем лютеровское: «Я здесь стою, но могу и где угодно, как угодно, зачем угодно...».

Тиражирование данной культуры искаженного лидерства через массмедиа, социальные сети получает значительную вирулентность. Контагиозность данного деструктивного контента не знает границ. Данные свойства обеспечивают «вирусному видео» вход в каждый дом, в каждую семью, в том числе в аудиторию с неподготовленным сознанием, легко воспринимающим и усваивающим данный продукт с последующими следами копирования и целеполагания.

Таким образом, ЛОМ постмодернити — форма социального поведения, зачастую являющаяся квазисоциальным проявлением позиции или вовсе ее отсутствием, основанная на публичности в массмедиа, уровне ротации, узнаваемости, базирующейся не на культуре достижений, а материальной атрибутике успеха. Поэтому лидерами общественного мнения для молодежи на современном этапе становятся блогеры, тик-токеры, участники телешоу и пр. Каналы их социализации определяют жанровые особенности культуры лидерства на этом этапе развития общества и их наполнение контентом масскультуры.

Я-позиция, лишенная самокритики, воплощенная посредственность безапелляционно судит о социальных процессах и явлениях, опираясь лишь на свои ощущения, нежелания, а то и неготовность слушать иную (в том числе профессиональную) оценку. Материальный успех дает ложное право морального доминирования и возможной экспертизы всех социальных явлений и процессов. Данная позиция, подкрепленная материальными успехами, десоциализирует, обусловливает социальные разрывы, так возмутительно проявляющиеся в современных реалиях: в расколе общества, в полярности оценок роли государства в текущей политической повестке, в понимании роли России на мировой арене, в негативных оценках патриотических настроений и уважительного отношения к Отечеству, в высмеивании и порицании псевдоэлитой, творческой псевдоинтеллектуальной современной процессу этизации, в вакханальных отрывах от реальной военной обстановки в помпадуровском стиле: «После нас хоть потоп!» и многих других.

Общественное мнение в изложении иноагентов. События 2022 г. показали, как свои псевдоэкспертные оценки стали давать актеры, музыканты, блогеры, участники телешоу и т. п. Не владея профессиональными знаниями, культурой самостоятельного и критического мышления, профессиональной подготовкой, общей эрудицией, опытом социально-политической, экономической деятельно-

сти, административно-управленческой работы, так называемая «творческая интеллигенция» предавала свой народ, свое Отечество, старательно, во что бы то ни стало спасая свое имущество за рубежом.

Не случайно самое большое число иностранных агентов за истекший период объявлено в сфере образования, творчества и культуры. Реплики негативной коннотации, демонстрация антироссийской риторики обусловили необходимость неоднократных изменений, пересмотров списков иностранных агентов. Последнее обновление опубликовано 22 декабря 2023 г., в списках — блогеры, журналисты, издания, политики, гражданские активисты, деятели искусства, правозащитники, сотрудники учреждений высшего образования¹ [2; 4].

Публичность и адресность молодежной страте, мода и растиражированность, причастность к названной ранее вестернизированной массовой культуре с ее признаками рациональности макдональдизации умножают вирулентность контента. Более того, не сформированные критичность и самостоятельность мышления в детско-подростковых и молодежных коллективах не требуют от авторов данного контента ни доказательности, ни аргументации, ни логики изложения, ни соотнесенности с историей. Взамен данным аргументам противопоставляется свобода слова, подкрепленная зачастую артистизмом, авторитетностью в молодежной среде, доверительностью отношений, например в системе отношений «педагог — обучающийся», «автор популярной музыки — поклонник», «известный писатель / артист / блогер / публичный человек — зритель / слушатель...». Уровень доверия таким публичным личностям может быть значительно выше, чем принятие в семье, в дружеской компании, в среде первичной социализации, что и является фундаментальным условием контагиозности вирусных видео и иных сообщений. Очевидно, что рискогенность контента иноагентов особенно высока в отношении детей, подростков и молодежи, что значительно актуализирует социализирующие и воспитательные функции института образования.

Гиперреальность как конструкт общественного мнения. Аморфность и многовекторность социальных экспектаций в сочетании с амбивалентностью морали постмодернити преумножают вариативность сценариев социального поведения. Технические средства современности, видео- и аудиоресурсы, возможности искусственного интеллекта позволяют не просто выстроить на классических принципах сообщение, но и с помощью манипулятивных инструментов сконструировать прообраз желательной схемы социальных отношений. По сути, современные СМИ и иные каналы информации являются не инструментами трансляции и ретрансляции, а механизмами построения, конструирования новой социальной реальности, которая в силу своей правдоподобности и подкрепления созданного, смонтированного видеоряда становится гиперреальностью.

Очевидно, что такая опосредованная через социальные сети и мессенджеры форма социального взаимодействия в действительности формирует «новое социальное», которое имеет асоциальный контекст и продуцирует квазигруппы, ни-

¹ Минюст обновил список иноагентов. URL: <https://ria.ru/20231222/inoagency-1917586070.html?ysclid=lqz7n1hrxa159406503> (дата обращения: 04.01.2024). Текст: электронный.

велируя ценность реальных контактов. Современный мимесис — своего рода мимикрия под конструкты отчуждения человека и вынужденного существования в мире симулякров и симуляций.

В основе гиперреальности — манипулятивное использование лексического ряда, именуемое в транскрипции Ф. Бэкона идолами рынка и театра. Жонглирование в буквальном смысле терминологией, манипулятивными конструкциями, инвективной и пейоративной лексикой вымещает социальное квазисоциальным, несет риски девальвации всего социального в повседневных практиках и выстроенной гиперреальности. Не требует доказательства, что «необходимость аффирмации или негации в политическом речевом контакте детерминирует в условиях неопределенности переход агентов СМИ от объективной реальности к информационной реальности» [1, с. 6]. Возводимые конструкты настолько реалистичны и апеллируют к массам, что их вирулентность достигает предельных значений. Данные свойства информационного поля усиливают негативное воздействие на социальное самочувствие и определяют рост напряженности, тревожности.

Не вызывает сомнения, что социальная нестабильность, выстроенная на иррациональной рациональности, «масштабно продуцирует деструкции всего социального, регулярно обнаруживает политические и социокультурные противоречия современного общества» [1, с. 9].

Заключение. Риски гиперреальности видятся не только в искажении и преломлении социальных реалий, но и в психофизических изменениях адресатов. На основе негативизации характера социальных процессов формируются новые виды аддикций, «манифестации неврозов, хаотичного напряжения, гиперфиксации на тревожных и травмирующих событиях» [1, с. 5], что особенно опасно в молодежной среде. Искажения исторической правды, необдуманное поклонение лидерам общественного мнения, чрезмерное доверие укореняют симулякры и иллюзии социальной включенности, девальвируют традиционные императивы российского государства-цивилизации, угрожают гуманитарной безопасности.

В данных условиях актуализируются воспитательные функции института образования, ориентированные на формирование культуры деятельного патриотизма, «психолого-педагогическое и гражданско-воспитательное сопровождение обучающегося» [3, с. 60], «содействие успешной социализации, инкультурации и профессионализации» [3, с. 61].

Современному обществу необходимы новые ориентиры в воспитательной деятельности и формировании гражданской идентичности, новые результативные решения в ревитализации традиционных подходов, основанных на базовых ценностях российской культуры.

Литература

1. Истомина О. Б. Бытие и неопределенность социальных стратегий: вызовы времени // Вестник Бурятского государственного университета. 2022. Вып. 2. С. 3–10. Текст: непосредственный.
2. Истомина О. Б. Социальные траектории интеллигенции // Интеллигенция и ее роль в современном российском обществе: материалы XIV Всероссийской научной кон-

О. Б. Истомина, А. А. Кузьмина. Лидер общественного мнения: социальный портрет в условиях гиперреальности современности

ференции (13–15 сентября 2023 г., Улан-Удэ). Улан-Удэ: Изд-во Бурят. гос. ун-та, 2023. С. 15–20. Текст: непосредственный.

3. Истомина О. Б. Формы сопровождения молодых специалистов в период профессионализации (на материалах Иркутской области) // Социальные процессы в современном российском обществе: проблемы и перспективы: материалы III Всероссийской научной конференции с международным участием. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2019. С. 55–63. Текст: непосредственный.

4. Оглоблин В. Сколько новых иноагентов появилось в России за год СВО: инфографика. URL: <https://news.ru/russia/skolko-novyh-inoagentov-poyavilos-v-rossii-za-god-svo-infografika/?ysclid=lkffxwpmz8565204207> (дата обращения: 25.06.2023). Текст: электронный.

5. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. Москва, 2001. 509 с. Текст: непосредственный.

6. Ортега-и-Гассет Х. Размышления о Дон Кихоте. URL: <http://svr-lit.ru/svr-lit/ortega-i-gasset-don-kihot/geroj.htm> (дата обращения: 02.01.2024). Текст: электронный.

Статья поступила в редакцию 09.01.2024; одобрена после рецензирования 05.02.2024; принята к публикации 08.02.2024.

A LEADER OF PUBLIC OPINION: SOCIAL PORTRAIT IN THE CONDITIONS OF HYPERREALITY OF MODERNITY

Olga B. Istomina

Dr. Sci. (Philos.),

Head of Social and Economic Studies

olgaistomina@mail.ru

Anastasiya A. Kuzmina

Doctoral Candidate,

kuzminanastya1998@gmail.com

Irkutsk State University

9 Sukhe-Batora St., 664025 Irkutsk, Russia

Abstract. The article analyzes the social characteristics of leadership in the public consciousness of modernity. The authors evaluate the dynamics of leadership culture in public perceptions of the newly constructed social reality. The position of influence and social pressure of the quasi-social on the trajectories of social behavior and the nature of public contacts is justified. The riskiness of the dynamics of the essential characteristics of leadership is seen in the decomposition of the value narrative, the ambivalence of postmodernity's morality. Informational terror based on "overturned values" possesses massive virulence directed, according to the author's assessments, towards the younger generation. The justification of these risks is seen in the "social traces" of Westernization, which received prolongation due to the liberal policies of recent decades and the contagious content of mass media, in the spread of classical addiction crises and new forms, including doomscrolling. The authors see the vector of transformations in the revitalization of traditional Russian imperatives and the principles of new humanism.

Keywords: leader of public opinion, public consciousness, hyperreality, new social reality, crisis addictions, social and quasi-social, social interaction, informational terror, traditional imperatives.

For citation

Istomina O. B., Kuzmina A. A. A Leader of Public Opinion: Social Portrait in the Conditions of Hyperreality of Modernity. *Bulletin of Buryat State University. Philosophy*. 2024; 1: 3–10 (in Russ.).

The article was submitted 09.01.2024; approved after review 05.02.2024; accepted for publication 08.02.2024.