

DOI: 10.31857/S086904990017291-2

СОЦИОКУЛЬТУРОЛОГИЯ SOCIOCULTUROLOGY

Оригинальная статья / Original Article

Социокультурные отношения и коммуникации в постпандемическом мире: глобальный разворот или ситуативный кризис постмодерна

© Д.Г. ЕВСТАФЬЕВ, Л.А. ЦЫГАНОВА

Евстафьев Дмитрий Геннадиевич, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Москва, Россия), devstafiev@hse.ru

Цыганова Любовь Александровна, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Москва, Россия), ltsyganova@hse.ru

Мир поздней глобализации отличается двойственностью и внутренней противоречивостью в социокультурных отношениях и коммуникациях, что отражается в кризисе универсальных моделей социального поведения. Единственной сферой, где социальный универсализм сохраняет актуальность, остаются коммуникации. В ней активно развиваются новые форматы и появляются культурные прото-артефакты. Пандемия коронавируса изменила логику развития и в данном сегменте глобального взаимодействия, затронув фундаментальные основы универсалистской модели социального поведения. Социокультурные отношения в силу целого комплекса причин становятся сферой, где соприкасаются и конкурируют тенденции и институты, которые связаны с периодом поздней глобализации – в том числе и те, которые возникли на волне ее кризиса. Коммуникационная среда становится исключительно важной, поскольку новые технологии данной сферы позволяют отражать не только макротренды, но и эволюцию микрокультур, которые в условиях системного (институционального) кризиса глобализации приобретают большее, чем обычно, значение. Формируется симбиотический социокультурно-коммуникационный феномен, способный стать одним из важнейших факторов в определении перспективных моделей глобального развития. Авторы статьи анализируют важнейшие направления развития сферы социокультурных коммуникаций и их трансформацию в 2020-2021 гг. Поставлен вопрос о том, насколько тенденции социокультурного развития периода пандемического кризиса ведут к формированию новой модели, или же ситуация развивается в рамках прежней. Авторы делают вывод, что существует серьезный риск разрушения глобальной социокультурной, а, возможно, и социальной универсальности. На данной основе формулируется прогноз дальнейшей трансформации сферы социокультурного развития в актуальной информационной среде.

Ключевые слова: глобализация, информационное общество, кризис глобальной социальной модели, социокультурные коммуникации, постмодерн, постглобальное развитие

Цитирование: Евстафьев Д. Г., Цыганова Л. А. (2021) Социокультурные отношения и коммуникации в постпандемическом мире: глобальный разворот или ситуативный кризис постмодерна // Общественные науки и современность. № 5. С. 18–29. DOI: 10.31857/S086904990017291-2

Socio-cultural Relations and Communications in the Post-Pandemic World: Global Reversal or Situational Crisis of Postmodernism

© D. EVSTAFIEV, L. TSYGANOVA

Dmitry G. Evstafiev, National Research University Higher School of Economics (Moscow, Russia), devstafiev@hse.ru

Lubov A. Tsyganova, National Research University Higher School of Economics (Moscow, Russia), ltsyganova@hse.ru.

Abstract. The world of late globalization is distinguished by duality and internal contradictions in socio-cultural relations and communications, which reflects in the crisis of universal models of social behavior. The only area where the principles of social universality remain relevant is the sphere of communications, where active development of new formats and the emergence of new cultural proto-artifacts continues. The coronavirus pandemic has altered the logic of development in this segment of global interaction, since it affected the very foundations of universal social behavior models. Socio-cultural relations, due to a complex of reasons, are becoming a sphere where tendencies interact and compete as well as institutions associated with the period of late globalization, including those that emerged on the wave of its crisis. At the same time, the communication environment becomes extremely important, since new technologies will make it possible to reflect not only macro-trends, but also the evolution of micro-cultures, which, in the context of a systemic (institutional) crisis of globalization, are becoming more important than usual. This symbiotic socio-cultural-communication phenomenon can become one of the most important factors in determining future models of global development. The article analyzes the most important directions of development of the sphere of socio-cultural communications and their transformation in 2020-2021. The article amplifies whether the trends for socio-cultural developments that formed through the pandemic crisis lead towards the formation of a new model of socio-cultural development or such trends remain within the traditional framework. The major conclusion is that the formation of the model has not started yet, though the risk of distraction of global socio-cultural – and probably social universality – became obvious. Conclusions are made regarding further transformation of the sphere of socio-cultural development in the current information environment

Keywords: globalization, information society, crisis of the global social model, socio-cultural communications, postmodernity, post-global development

Citation: Evstafiev D., Tsyganova L. (2021) Socio-cultural Relations and Communications in the Post-Pandemic World: Global Reversal or Situational Crisis of Postmodernism. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, no.5, pp. 18–29. DOI: 10.31857/S086904990017291-2 (In Russ.)

Введение

Важнейшей чертой мира поздней глобализации стала претензия на универсальность модели социального развития, которая лежала в основе концепта социальной глобализации [Giddens 2003]. В ней заключается отличие поздней глобализации от экономической, которая допускала многоукладность и многоформатность хозяйственной деятельности [Тоффлер 2004]. Данная специфика отражает глубинную сущность процесса как неуклонной социальной универсализации всех областей – от моделей социального поведения до форматов коммуникаций. Социальная универсальность была дополнена концепцией надпространственности [Friedman 2005]. Она ставила в приоритет для глобализации те сферы, которые максимально отделены от национальных государств, суверенитет которых имел ярко выраженный пространственный характер (информационное общество, глобализованные форматы культурного взаимодействия, модели потребления и социальной манифестации).

Как результат, модели развития в большинстве сфер человеческой деятельности были не только социально универсальными и надпространственными, но и до известной степени независимыми от уровня экономико-технологического и социально-экономического развития конкретного пространства и общества. На этапе поздней глобализации экономику как базис для развития заменил маркетинг, который трактовали в терминах социального конструирования [Диамандис, Котлер 2018]. Данная тенденция – пример того, что пространство глобализации даже в экономическом формате проявляется как продукт социо-конструктивистских технологий, ограниченных пространством потребления. «Потребление», безусловно, трактовали в максимально широком смысле, хотя область развития социальности оказывалась методологически ограниченной.

В дискурсе развилась специфическая структура. С одной стороны, поднимались проблемы, связанные с инструментальным наполнением социальной сферы в условиях глобализации на базе постиндустриализма и социокультурного постмодерна [Wilderdink 2002]. С другой стороны, активно исследовались вопросы развития социально значимой эстетики постглобального [Родькин 2021]. На практике никакая принципиально революционная эстетика не сформировалась – кроме видеоарта, который во многом продолжает прежние линии¹, но осваивает новые технологические возможности.

Современный мир продолжает существовать в рамках прежних социокультурных парадигм, которые во многом определяются форматами современного информационного общества и соответствуют принципиально иной исторической эпохе. Можно согласиться с мнением ряда западных исследователей о том, что корпоратизация развития в эпоху поздней глобализации выхолостила социальность и сдерживает связанные с ней аспекты человеческого развития [Раишкофф 2017], включая и социокультурное развитие, и социокультурные коммуникации.

В сфере социокультурных коммуникаций отражаются особенности развития социальной и информационной среды в эпоху постиндустриальной глобализации. Вероятно, ее можно назвать специфическим феноменом, который свойственен именно современной исторической эпохе. Наблюдаются попытки обозначить места новых социокультурных форматов и социокультурных коммуникаций в системе «новой социальности», которая формируется на базе отрицания большинства концептов (но не «ценностей») поздней глобализации и, более того, в прямой конкуренции с ними. Процесс отражает усиливающуюся роль информационного общества², которое стало в силу своей форматной универсальности инструментом практически неограниченного взаимодействия между отдельными сферами социальности человека.

Применительно к периоду поздней глобализации авторы определяют сферу социокультурных отношений следующим образом.: гибридное пространство, которое возникло на стыке социального действия и коммуникаций, в котором человек социально самоидентифицируется через соотнесение себя одновременно с моделями социального поведения (настоящим) и культурно-исторической парадигмой (прошлым), выраженными в коммуникационно доступных форматах (повседневность) и истолкованными в соответствии с личностными факторами –, прежде всего с отрефлексированным личным опытом человека [Хабермас 2008], соотнесенным с той или иной социально значимой группой³.

В эпоху зрелого постмодерна определяющей тенденцией развития стала «товаризация» социокультурных отношений, в рамках которой сфера социокультурных коммуника-

¹ Превращение медиаарта в форму искусства стало возможным только в эпоху постмодерна, который позволил изъять из сферы культуры системы критериев [Шустрова 2013].

² В данном контексте авторы рассматривают понятие «информационное общество» как интерфейс между информационным пространством и человеком. Указанное понимание было апробировано авторами в ряде ранее опубликованных работ.

³ Основные тезисы о феномене и формировании социокультурного пространства опубликованы в статье «Постглобальное социокультурное развитие: пространственный аспект» [Евстафьев, Цыганова 2020].

ций превращается в пространство для монетизации не только культурных артефактов (что естественно), но и социокультурных процессов⁴.

Исходя из подобного понимания, социокультурные коммуникации могут быть определены как социально значимое (публичное) отражение основных тенденций социокультурного развития, которая трансформировалась в соответствии с господствующими форматами коммуникаций и нормами социального поведения в расширительной трактовке. Особенностью периода постиндустриального постмодерна и поздней глобализации стало то, что сфера социокультурных отношений превратилась в пространство их монетизации, как и предполагали классики теории социальной коммуникации.

Сфера социокультурных отношений в том виде, в котором мы ее знаем – одновременно и продукт глобализации, и ее атрибут, и один из инструментов, которые обеспечивают системную целостность глобализации.

Правомерно поставить вопрос о существовании принципиальной развилки в развитии сферы социокультурных отношений.

Первый путь заключается в сохранении основных современных институтов социокультурных отношений, которые начинают играть роль ограничителей социокультурного развития и, соответственно, пространства развития «новой социальности». В таком случае рестриктивность в развитии и социокультурных отношений, и социокультурных коммуникаций может возрастать, причем как на корпоративной, так и на национально-государственной основе, что даст дополнительный стимул развитию микрокультур и гибридных социо-коммуникационных анклавов (в том числе социокоммуникационных сект). В результате начнется постепенная анклавизация сохраняющего внешнюю целостность информационного пространства, которая, первоначально возникнув на основе контента, по мере развития станет ценностной. В итоге относительно медленными темпами она приведет к разрушению универсальности информационного общества и, как следствие, его общеглобального характера.

Вторая, альтернативная модель сводится к относительно быстрому развитию локализованных (привязанных к конкретному пространству и к конкретным проявлениям пространственного суверенитета) социокультурных пространств. Сфера социокультурных отношений распадется и перестанет существовать в том виде, в котором она сформировалась в период поздней глобализации. В результате разрушится и универсальный характер глобализованного информационного общества. Данный процесс, будучи внешне структурно-институциональным, предполагает интродукцию в информационное общество элементов ценностной стратификации, которые в дальнейшем могут перерасти в идентификаторы «свой-чужой». Иными словами, возникнет цивилизационная стратификация.

Суть «развилки» заключается в том, как будет разрушаться глобальный характер существующей социокультурной среды, которая опирается на глобализованное информационное общество: изнутри и сравнительно медленно, или извне за счет механизмов национального администрирования коммуникационной и социо-коммуникационной среды, что существенно ускорит процесс.

Финальной точкой развития станет возникновение специфических социо-коммуникационных пространств, которые отражают ценностное или «квази-ценностное» (как в «культуре отмены») структурирование общества.

⁴ С методологической точки зрения позиция авторов в трактовке роли и места социокультурных коммуникаций в системе позднего постмодерна близка к позиции Д. Харви, который считал постмодерн продуктом (а социокультурный компонент постмодерна – побочным продуктом) перехода в экономических практиках от «фордизма» к более гибким форматам накопления [Харви 2021]. Однако стоит отметить, что глобальное информационное пространство в мире позднего постмодерна стало одним из важнейших пространств накопления, а глобализованное информационное общество, находясь в симбиотическом взаимодействии с мировой финансово-инвестиционной сферой – инструментом управления монетизацией и накоплением.

Трансформация тенденций поздней глобализации

Постглобальные социокультурные отношения появились не внезапно и не только из-за социальных и политических процессов, связанных с последствиями пандемии. Многие тенденции развития социокультурной сферы, которые зародились и обозначились в период поздней глобализации, одновременно были и отрицанием целого ряда важнейших базовых ее условий: стремления к универсальности социальных моделей, опоры на стандартизированные социальные институты, которые обеспечивали «догоняющее» социальное развитие, культуру кредитного потребления и др. Уже накануне пандемических трансформаций социокультурная сфера развивалась гибридно, собирая в себе значимые элементы как пространственности, так и трансформирующегося глобального универсализма. Векторы трансформаций, который сформировались еще до пандемических ограничений, не просто остаются среднесрочно актуальными (хотя и с коррективами на «новую социальность»), но могут стать основой для структурирования системы глобального и регионального развития на долговременную перспективу.

В период пандемии социальные аспекты развития оказались более подвержены воздействию социально-санитарных ограничений («новой нормальности»), чем экономика, но социальная сфера существенно лучше адаптировалась к новому контексту, отражая долгосрочные тенденции.

Пять тенденций, которые развивают заложенные в период поздней глобализации процессы, следует, вероятно, считать системообразующими⁵.

1. Превращение информационного общества из сервисного инструмента и средства управления большими системами в средство социальной идентификации. За последние 30 лет понимание роли информационных технологий постепенно эволюционировало: если ранее их считали сервисным инструментом, который повышает эффективность экономических систем, то сейчас их используют и воспринимают как средство структурирования общества через управление вовлечением отдельных индивидов и групп. Тенденция в целом по-прежнему актуальна, однако пределы возможностей современного информационного общества становятся очевидными. Их ограничивает не только отсутствие прорывных технологических решений. Конечно, многие важные сферы оставались вне цифровых коммуникаций, но социальное поведение больших общественных групп в значительной мере определялось цифровизацией. Без доступа к цифровым каналам коммуникаций, которые к концу 2010-х гг. занимали доминирующий сегмент информационного общества, невозможно было соотносить себя с социально-экономическим мейнстримом и пользоваться возможностями социально-экономической системы⁶. Социальные группы и индивиды за пределами цифровизированного информационного общества почти автоматически становились социальными изгоями, если только речь не шла о сверхбогатом сегменте или группах, которые считаются этнографической флуктуацией. Пандемия коронавируса лишь обострила нарастающий конфликт между глобальным характером информационного общества и попытками регулировать его на национальной основе. Она зафиксировала статус цифровой среды как сферы коммуникаций «для бедных» —, с учетом того, что в условиях кризиса глобализации в данном направлении выдавливается большая часть кредитного «среднего класса». Цифровые коммуникации постепенно становятся определяющим форматом для формирования полноценного социокультурного пространства [Урри 2018]. Без них невозможно полноценно

⁵ Данная часть работы является творческим развитием идей, изложенных авторами в статье «Трансформации социального пространства как предчувствие нового мира» [Евстафьев, Цыганова 2020], которое главным образом коснулось выявления внутренних взаимосвязей между социальными процессами и их отражением в устоявшихся социокультурных практиках в условиях реальных социальных ограничений, а также изменения моделей повседневного социального поведения.

⁶ Цифровизация мыслилась как важнейшее средство социального структурирования, включая и возможность преодоления сдерживавших развитие глобализации идентичностей [Цукерман 2015]. Магистральная линия была направлена на формирование системы коммуникационных кругов, перерастающих в информационные анклавы, и социальной атомизации, фактически, не имевшей значимых ограничений. Это означало десоциализацию глобализации, постепенную замену догоняющего социального развития его суррогатами.

социально (и тем более социокультурно) идентифицировать социально-вовлеченного человека или социальную группу. Выход социокультурных коммуникаций на роль одного из наиболее важных социальных (а в перспективе – и цивилизационных) идентификаторов, если гипотеза авторов верна, означает формирование устойчивого запроса на «новую очность» в социальном взаимодействии. В складывающемся социальном контексте подобный запрос может носить контрглобализационный характер, что и доказали протесты против «ковидных» ограничений в Западной Европе. Естественно, что подобный «запрос» превратится в инструмент культурно-идеологической идентификации.

2. Превращение мегаполисов в доминирующий формат социальной среды, маргинализация альтернатив и пространства социокультурных коммуникаций. Обозначенная тенденция была существенно фундаментальнее доминирования городской культуры, которое очевидно с 1950-х гг. Происходила универсализация определенного формата жизни и социальных отношений, недостижимая для других форм оседлости ни по уровню комфорта, ни по доступным социальным сервисам [Клепикова 2020]. Определяющим фактором был не столько социальный комфорт, сколько разнообразие форм и форматов социального вовлечения, которые существуют в мегаполисах. Прошедшие два года показали неоднозначность практической реализации этой тенденции. Внутри формата мегаполисов содержалась его прямая антитеза – новая номадность. Она порождается из-за доминирования в мире поздней глобализации коммуникационной вовлеченности [Zuckerberg 2013] в противовес социальной, отсутствия долгосрочных привязанностей к географической локации, приверженности к формату социальной жизни и социально-экономической реализации. На фоне кризиса классических интегративных форматов больших социально-поведенческих групп («городских племен») особое влияние приобретают микрокультуры, в том числе и пространственно локализованные. Сформировалась значительная социальная и в определенном смысле социально-экономическая страта, которая не способна существовать в ином социальном формате, нежели мегаполис. Происходило и слабо контролируемое масштабирование социальных принципов «яппи-интернационала» – явление скорее не социокультурное, а социально-экономическое, отражающее глубину стратификации потребления. На фоне кризиса социальности могут формироваться пространственно локализованные сообщества, которые, по сути, противостоят сообществам социальным, интегрированным по принципу принадлежности к определенным слоям. Значение данного явления, которое в российском социальном пространстве проявилось, например, в феномене «Патрики» и противопоставлении однородных социальных групп друг другу на основе принадлежности к месту, только предстоит изучить. Особый интерес будут представлять форматы пространственной локализации подобных микрокультур. В городскую среду закладывается важная диалектика: мегаполис, который в период поздней глобализации рассматривался как апогей постпространственности, где пространство существует, но не имеет значения, становится средой, порождающей микропространственность, которая пока не может породить новую социальность, но способна разрушать универсальность. Городская среда становится наиболее очевидной площадкой для конкуренции между различными моделями социальной идентификации и поведения с большей (или меньшей) виртуальной составляющей. Стоит отметить, что локальные особенности отражают в том числе и страновые социокультурные отличия⁷, хотя в пространстве ме-

⁷ Особенностью российской информационной площадки можно назвать постепенное размывание возрастных рамок «тиктокерства» с тенденцией в сторону увеличения. Об указанной тенденции со ссылкой на данные исследовательской платформы Медиаскоп (<https://webindex.mediascope.net/report?id=384931&fbclid=IwAR3KzxbqZegLdlQB7ii0E4GgoOH9x7DXGO67LQxRn7bz49xjVi9xgqbVQAw>) говорит российский эксперт по цифровым коммуникациям А. Кузнецов (комментарий А. Кузнецова от 7 июня 2021 г. [<</iframe>](https://www.facebook.com/plugins/post.php?href=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fvirusog%2Fposts%2F10217892873382993&show_text=true&width=500), публикуется с разрешения автора). Процесс локальной трансформации социального содержания соцсетей исключительно важен и требует дополнительного осмысления. Процессы в российском сегменте соцсетей ставят под вопрос универсальность принципов возрастной форматности, на базе которых строились фундаментальные социальные прогнозы.

гаполисов они не всегда имеют определяющую роль. Форматы коммуникаций остаются универсальными и закладывают в систему содержательную (ценностную) многовекторность, которая может стать основой для последующего появления контентно, а затем и регулятивно локализованных вариантов информационного общества.

3. Трансформация общества потребления, окончательное закрепление приоритета «потребления ощущений» по отношению к потреблению товаров и услуг. Мы наблюдаем попытки под различными предлогами (например, для поддержания сбалансированности развития или сохранения экологии) ввести в универсальную модель потребления (в том числе и догоняющего) ограничения, по форме мотивированные социо-культурными соображениями, а по сути – идеологическими. В условиях торможения догоняющей социальной модернизации потребление «ощущений», которое опирается на все более интрузивные информационные технологии (дополненная или виртуальная реальность), становится суррогатом если не потребления как такового, то, как минимум, процесса качественного выравнивания потребления. Сосуществование двух внешне взаимоисключающих тенденций – потребительской однородности и максимальной кастомизации и шеринга, который системно сокращает охват понятием «собственность» – сигнализировало о системном противоречии социальной модели глобализации, разрешение которого облегчил коммуникационно управляемый «черный лебедь» пандемии. Масштабы сегмента общества, которое способно сохранять классическую модель «потребления» (в широком понимании этой модели), постоянно снижались. Значительная часть «среднего класса» становилась основным потребителем выраженных в коммуникациях (и в последовательно каскадируемых коммуникационных процессах [Кастельс 2016]) «ощущений», которые не всегда успевают трансформироваться в потребление конкретных продуктов и услуг [Rushkoff 2013], становясь суррогатами классического потребления. Системное опережение скорости информационных потоков биологических и социальных возможностей человека, которое лежит в основе концепции «нейрофикации человека» [Шваб, Дэвис 2018], превратилось в одно из центральных противоречий мира поздней глобализации. Данное расхождение напрямую затронуло не только сферу социокультурных отношений, но и модели социального поведения, где противоречия проявились раньше и острее всего. Возникает эффект понижения социального стандарта. Данный процесс носит долгосрочный эффект и будет иметь неминуемые последствия с точки зрения глубинной трансформации социо-коммуникационных отношений.

4. Социальная флюидизация «цифрового мира»: от потребления ощущений к фиктивизации собственности. Долговременная тенденция развития глобализации почти не изменилась за почти два пандемических года. Устранение собственности в качестве главного социального идентификатора становится концептуальным мейнстримом современного глобального развития (которое также опирается на усиление значения информационного общества как фокусной среды глобализации [Перзановски, Шульц 2019]), органичным элементом «новой социальной нормальности». Данная тенденция возвращает нас к наиболее радикальным образцам социального конструктивизма начала XX в., породившим не только новую социальность и политические концепты, но и новую эстетику. Она усиливается тем, что на Западе преобладает идеологический тренд в пользу глобалистско-левых ценностей. Как следствие, в мире «зрелой глобализации» размывается классическая структурация общества на социальные группы в зависимости от отношения к собственности. Исчезает само понятие «опорной социальной группы», которой первоначально должен был быть так называемый «креативный класс», – сложный конгломерат социальных страт и сообществ, которые реализуют свой потенциал в сервисном сегменте экономики. Мир поздней глобализации находился на фазе перехода от социальной атомизации к недеклассированию⁸ – выведению значимых групп потенци-

⁸ Что во многом отражает комплексную природу процесса: распад крупных социально-классовых страт общества, первоначально затрагивая преимущественно политические аспекты и ставя под сомнения основы классической демократии [Mayr 2019], в действительности вытекает из атомизации моделей социального, в том числе потребительского, поведения, и формирования потребительских предпочтений (в том числе и в потреблении ощущений) в рамках уже не просто постклассового, но и постгруппового режима.

ально социально-экономически активного населения за рамки институционализированных социально-экономических отношений (как предусматривалось в отношении «прекариата»⁹), но в более широком охвате. Происходит постепенный переход от догоняющего потребления к стагнации разрыва, а от него, фактически – к «отстающему» потреблению (в особенности в качественном смысле [Стиглиц 2015]), которое распространяется не только на товары и услуги, но и на доступ к социокультурной сфере, включая информационное общество и его сервисные сегменты. Потребление «ощущений», услуг и классических «товаров» только через систему интегрированных коммуникаций, а не в «традиционных» форматах, постепенно становится неким индикатором «новой бедности», оставаясь социальным и социально-экономическим мейнстримом.

5. Переход от социокультурного и коммуникационного плюрализма к социальной толерантности через универсализацию коммуникационной культуры. Данная ценностная и коммуникационная трансформация была наиболее заметна – особенно с учетом «советского» опыта значительной части образованного российского общества. Тенденция резко ускоряется, причем в радикальных формах. Она становится «бенчмарком» для оценки других направлений развития сферы социокультурных отношений. Сама тенденция наиболее легко и быстро проявляется в новой регулятивности современного информационного общества. Социальная толерантность (и «культура отмены» как ее идеологически мотивированный дериват) стала основой для усиленной регулятивности в контролируемом глобальными корпорациями пространстве сетевых интегрированных каналов коммуникаций. Данная тенденция отражала попытку выработать в рамках глобализационной модели социального поведения некие поведенческие рамки, которые отрывали бы большую часть социально-вовлеченных людей и значимых групп от их традиционных поведенческих моделей и табу. Сфера социокультурных отношений стала первой, где глобализационный социальный мейнстрим начал проявляться уже в качестве некоей протоидеологии. Причем данные проявления носили яркий и вполне узнаваемый характер, подтверждая гипотезу о том, что в сфере культуры последствия глобальных трансформаций находят выражение в социально понятных (визуализированных) форматах в опережающем остальные сферы социальной деятельности человека режиме. В указанной особенности отражается «пакетный» принцип восприятия и реализации социокультурных и социальных моделей в обществах, вовлеченных в процессы глобализации [Бергер 2004]. В рамках упомянутого принципа некоторые социально-политические аспекты социокультурных отношений приобретают императивное значение, становятся интегральными элементами не только социального стандарта, но и политической самоидентификации, что, например, заметно в странах Европейского союза¹⁰. Сейчас процесс несколько замедлился из-за внутренних социально-идеологических проблем Запада, – в том числе они есть и в США, центре глобальной «информационной метрополии». Данную специфику можно считать следствием пандемии и появления в публичной коммуникации новых социо-коммуникационных особенностей – в том числе новых норм политической коммуникации и запроса на новые идеологические конструкторы.

⁹ Прекариат как значимая, «опасная» социальная группа проявлялся в пространствах, формально относимых к постиндустриальным или предпостиндустриальным [Стэндинг 2014]. Пространство постиндустриальности (а, по сути, пространство «нового урбанизма») уже до пандемии мыслилось как социально проблемное и нестабильное. В рамках прежних подходов возможность глубокой архаизации подобных пространств не предполагалась в принципе, хотя объективные условия для этого уже сформировались – в особенности на фоне деградации «городских племен» [Алексеевский 2017].

¹⁰ Характерно, что либерально ориентированные авторы в качестве центральных точек противоречий в формировании, например, «единого общеевропейского дома» в формате либерального постмодерна, выделяют социокультурные факторы [Baer 2020, Carpenter 2020]. Отчасти данная особенность связана с тем, что социокультурные отношения в системе постиндустриального постмодерна стали сферой, где внутренние противоречия системы проявляются быстрее всего.

Заключение

В период пандемии обозначились новые парадигмы социального поведения, но не сформировалась новая культурная парадигма, что следует считать одним из наиболее удивительных феноменов прошедшего времени. Сама по себе данная особенность уже сигнализировала о внутренней нецелостности возникшей системы. Социокультурные коммуникации развиваются в отрыве от еще не сформировавшихся моделей социального поведения и развития, но могут быть ситуативно определяющими по отношению к ним.

Тенденции социокультурного развития и социокультурные коммуникации (как их публично потребляемое проявление) оказались в состоянии «развилки» и в большинстве своем не приобрели характер необратимых. Локализация (регионализация) форматов социокультурного поведения идет более медленными темпами, нежели ожидалось в начале пандемии. Пока нельзя говорить о формировании новой парадигмы социокультурных отношений ни в формате «неомодерна», ни в формате «пост-постмодерна» («сверхпостмодерна»), который характеризуется нарастающей социокультурной, а не только социальной атомизацией.

Социокультурные коммуникации в значительной мере отражают «идеологическую нагрузку», с помощью которой в политических целях надстраивается сфера социокультурных отношений. В результате социокультурные коммуникации становятся одной из главных арен ценностного – по сути протоидеологического – противоборства. Появление идеологического фактора в социокультурном развитии может сделать тенденции расхождения двух социокультурных парадигм (неомодерна и сверхпостмодерна) необратимыми, что окончательно разрушит глобальную социокультурную (а с ней и социальную) универсальность, которая уже находится в кризисе.

Культурная модель глобализации внешне отрицала базовые отправные точки социального взаимодействия (путешествия, потребление ощущений, взаимодействие средних групп, даже ориентацию), но отрицание не привело к формированию новой модели социального поведения. Четко обозначилось стремление большинства элит вернуться к прежним парадигмам социального взаимодействия, хотя и с большим зарядом контркультурности, который проявился, в частности, в антикарантинных протестах, ставших элементами социальной жизни европейских стран, США и отдельных государств индустриального мира [Жижек 2012]. Стоит отметить и новый уровень политической репрессивности в возникшей социальной среде. Именно диалектика двух процессов во многом определит «коридор дозволенного» в социально-политической репрезентации [Анкерсмит 2012], а значит – и в формировании социокультурных парадигм, поскольку политическая репрезентация всегда наиболее ярко и быстро выражает новые социальные и социокультурные тенденции.

Наибольшему давлению глобализированное информационное общество подвергается через попытки регулирования обращающихся в нем политико-идеологических конструктов (протоидеологий). Они прямо воздействуют на сферу социокультурных коммуникаций – более того, начинают формировать многие основополагающие процессы социокультурной самоидентификации и идентификации. Интеграция специфических политико-идеологических коммуникаций (в частности, «новой протестности») в мейнстримные модели социокультурного поведения, которая характерна для многих стран и регионов мира, станет стимулом для усиления государственной регулятивности в отношении информационного общества. При сохранении существующих тенденций прохождение развилки в развитии социокультурных отношений по второй модели становится все более вероятной.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Алексеевский М. (2017) Городская антропология: от локальных «племен» к глобальным «потокам» // Горожанин: что мы знаем о жителе большого города. М.: Strelka Press. 216 с. С. 78–99.
- Анкерсмит Ф.Р. (2012) Политическая репрезентация. Пер. с англ. А. Глухова. М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». 288 с.
- Бергер П. (2004) Введение. Культурная динамика глобализации // Бергер П., Хантингтон С. Многоликая глобализация. Культурное разнообразие в современном мире. Пер. с англ. М.: Аспект-пресс. 379 с. С. 6–23.
- Диамандис П., Котлер С. (2018) Изобилие. Будущее будет лучше, чем вы думаете. Пер. с англ. М.: Издательство АСТ. 608 с.
- Евстафьев Д.Г., Цыганова Л.А. (2020) Трансформации социального пространства как предчувствие нового мира. «Эксперт». 06.05.20 (<https://expert.ru/2020/05/6/transformatsii-sotsialnogo-prostranstva-kak-predchuvstvie-novogo-mira/>).
- Евстафьев Д. Г., Цыганова Л. А. (2020) Постглобальное социокультурное развитие: пространственный аспект // Общественные науки и современность. № 6. С. 19–34. 1 DOI: 10.31857/S086904990010544-0.
- Жижек С. (2012) Год невозможного. Искусство мечтать опасно. М.: Издательство Европа. 272 с.
- Кастельс М. (2016) Власть коммуникации. М.: Издательский дом ВШЭ. 590 с.
- Клепикова Л. В. (2020) К вопросу о глобальном городе как инструменте унификации мирового общества // Век глобализации. № 3. С. 45–53.
- Майр П. (2019) Управляя пустотой: размывание западной демократии. Пер. с англ. М.: Издательство института Гайдара. 216 с.
- Перзановски А., Шульц Дж. (2019) Конец владения. Личная собственность в цифровой экономике. Пер. с англ. Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС. 352 с.
- Рашкофф Д. (2017) Корпорация «Жизнь»: как корпоративизм завоевал мир и как нам получить его обратно. Пер. с англ. СПб: Крига. 440 с.
- Родькин П. Е. (2021) Метамодернистский аттракцион. Искусство, архитектура, дизайн, кино, политика. М.: Совпадение. 416 с.
- Стиглиц Дж. (2015) Цена неравенства. Чем расслоение общества грозит нашему будущему. М.: Эксмо. 512 с.
- Стэндинг Г. (2014) Прекариат: новый опасный класс. Пер. с англ. М.: Ад Маргинем Пресс. 328 с.
- Тоффлер Э. (2004) Третья волна. Пер. с англ. М.: АСТ. 781 с.
- Урри Дж. (2018) Как выглядит будущее. Пер. с англ. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС. 320 с.
- Хабермас Ю. (2008) Вовлечение другого. Очерки политической теории. СПб: Наука. 417 с.
- Харви Д. (2021) Состояние постмодерна. Исследование истоков культурных изменений. Пер. с англ. Под научной редакцией Александра Павлова. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 576 с.
- Цукерман Э. (2015) Новые соединения. Цифровые космополиты в коммуникационную эпоху. М.: Ад Маргинем Пресс. 336 с.
- Шваб К., Дэвис Н. (2018) Технологии четвертой промышленной революции. Пер. с англ. М.: Эксмо. 320 с.
- Шустрова О. И. (2013) Пространство медиа искусства. СПб.: Алетейя. 132 с.
- Baer D. (2020) Poland's Slide Toward Homophobic Politics. When Putin's Rhetoric Meets Trump's Populism // Foreign Affairs. July 10, 2020. (<https://www.foreignaffairs.com/articles/poland/2020-07-10/polands-slide-toward-homophobic-politics>).
- Carpenter M. (2020) Tribalism Is Killing Liberalism. Why We Are Succumbing to the Politics of Division // Foreign Affairs. March 5, 2020. (<https://www.foreignaffairs.com/articles/2020-03-05/tribalism-killing-liberalism>).
- Friedman Th. (2005) The World is Flat. A Brief History of the Twenty-First Century. 1st edition. NY: Farrar, Straus and Giroux. 488 P.
- Giddens A. (2003) Runaway World: How Globalization is Reshaping our Lives. NY: Routledge. 104 P.
- Rushkoff D. (2013) Present Shock. When Everything Happens Now. NY: Current. 304 P.
- Wilterdink, N. (2002). The Sociogenesis of Postmodernism. // European Journal of Sociology / Archives Europeennes De Sociologie / Europaisches Archiv Fur Soziologie. Vol. 43 № 2, P. 190–216.
- Zuckerberg R. (2013) Dot. Complicated. Untangling our Wired Lives. NY: Harper One. 256 P.

REFERENCES:

- Alekseyevskiy M. (2017) Gorodskaya antropologiya – ot lokal'nykh "plemen" k global'nym "potokam" [Urban Anthropology – from Local "Tribes" to Global "Flows"]. *Gorozhanin. Chto my znayem o zhitele bol'shego goroda*. Moscow: Strelka Press. 216 p. pp. 79–99.
- Ankersmit F.R. (2012) *Politicheskaya reprezentatsiya* [Political Representation]. Translation from English A.Glukhova. Moscow: Natsional'nyy issledovatel'skiy universitet «Vysshaya shkola ekonomiki». 288 p.
- Baer D. (2020) Poland's Slide Toward Homophobic Politics When Putin's Rhetoric Meets Trump's Populism. *Foreign Affairs*, July 10, 2020. (<https://www.foreignaffairs.com/articles/poland/2020-07-10/polands-slide-toward-homophobic-politics>).
- Berger P.L. (2004) Vvedeniye. Kul'turnaya dinamika globalizatsii [Introduction. Cultural Dynamics of Globalization]. *Mnogolikaya globalizatsiya*. Berger P.L., Huntington S.P. (eds.). Moscow: Aspekt Press. 379 p. pp. 6–23.
- Carpenter M. (2020) Tribalism Is Killing Liberalism. Why We Are Succumbing to the Politics of Division. *Foreign Affairs*. March 5, 2020. (<https://www.foreignaffairs.com/articles/2020-03-05/tribalism-killing-liberalism>).
- Castells M. (2016) *Vlast' kommunikatsiy* [Communication Power]. Moscow: Izdatel'skiy dom Vyshey shkoly ekonomiki. 590 p.
- Diamandis P., Kotler S. (2018) *Izobiliye. Budushcheye budet luchshe, chem vy dumayete* [Abundance. The Future Will Be Better than You Think]. Translation from English. Moscow: Izdatel'stvo AST. 608 p.
- Evstafiev D.G., Tsyganova L.A. (2020) Transformatsii sotsial'nogo prostranstva kak predchuvstviye novogo mira [Transformations of social space as a premonition of a new world]. *Ekspert*. 06.05.20 (<https://expert.ru/2020/05/6/transformatsii-sotsialnogo-prostranstva-kak-predchuvstvie-novogo-mira>).
- Evstafiev D., Tsyganova L. (2020). Postglobal'noe sociokul'turnoe razvitie: prostranstvennyy aspekt [Postglobal Socio-Cultural Development: the Issues of Localization of Models]. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost*. no. 6, pp.19-34. DOI: 10.31857/S086904990010544-0.
- Friedman Th. (2005) *The World is Flat. A Brief History of the Twenty-First Century*. 1st edition. New York: Farrar, Straus and Giroux. 488 p.
- Giddens A. (2003) *Runaway World: How Globalization is Reshaping our Lives*. New York: Routledge. 104 p.
- Habermas Y. (2008) *Involvement of the Other. Essays on Political Theory*. Saint-Petersburg: Nauka. 417 p.
- Harvey D. (2021) *The Condition of Postmodernity. From Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Moscow: NRU HSE. 576 p.
- Klepikova L.V. (2020) K voprosu o global'nom gorode kak instrumente unifikatsii mirovogo obshchestva [On the Issue of the Global City as a Tool for the Unification of World Society]. *Vek globalizatsii*. no. 3, pp. 45-53.
- Mayr P. (2019) *Upravlyaya pustotoy: razmyvaniye zapadnoy demokratii*. [Controlling the Void: The Erosion of Western Democracy] Translation from English. Moscow: Izdatel'stvo instituta Gaydara. 216 p.
- Perzanowski A., Schultz J. (2019) *Konets vladeniya. Lichnaya sobstvennost' v tsifrovoy ekonomike*. [End of ownership. Personal property in the digital economy.] Translation from English. Moscow: Izdatel'skiy dom «Delo» RANKhiGS. 352 p.
- Rod'kin P. Ye. (2021) *Metamodernistskiy attraktsion. Iskusstvo, arkhitektura, dizayn, kino, politika*. [Metamodern Attraction. Art, Architecture, Design, Cinema, Politics] Moscow: Sovpadeniye. 416 p.
- Rushkoff D. (2013) *Present Shock. When Everything Happens Now*. New York: Current. 304 p.
- Rushkoff D. (2017) *Korporatsiya «Zhizn'»: kak korporativizm zavoyeval mir i kak nam poluchit' yego obratno*. [Life Corporation: How Corporatism Conquered the World and How We Can Get It Back]. Translation from English. Saint-Petersburg: Kruga. 440 p.
- Schwab K., Devis N. (2018) *Tekhnologii chetvertoy promyshlennoy revolyutsii* [Technologies of the Fourth Industrial Revolution]. Translation from English. Moscow: Eksmo. 320 p.
- Shustrova O. I. (2013) *Prostranstvo media iskusstva* [The Space of Media Art]. Saint-Petersburg.: Aleteyya. 132 p.
- Standing G. (2014) *Prekariat: Novyy opasnyy klass* [The Precariat. The New Dangerous Class]. Moscow: Ad Marginem Press. 328 p.

- Stiglitz J. (2015) *Tsena neravenstva. Chem rassloeniye obshchestva grozit nashemu budushchemu* [The Price of Inequality. How the Stratification of Society Threatens our Future]. Moscow: Eksmo. 512 p.
- Toffler E. (2004) *The Third Wave*. Translation from English. Moscow: AST, 781 p.
- Urri J. (2018) *Kak vyglyadit budushcheye* [What is the Future?]. Moscow: Izdatel'skiy dom "Delo" RANKhiGS. 320 p.
- Wilterdink, N. (2002). The sociogenesis of postmodernism. *European Journal of Sociology / Archives Européennes De Sociologie / Europäisches Archiv Für Soziologie*, vol. 43, no. 2, pp. 190–216.
- Zizek S. (2012) *God nevozmozhnogo. Iskustvo mechtat' opasno*. [The Year of the Impossible. The Art of Dreaming Dangerous]. Moscow: Izdatel'stvo: Yevropa. 272 p.
- Zuckerman E. (2015) *Novyye soyedineniya. Tsifrovyye kosmopolity v kommunikatsionnuyu epokhu* [Rewire. Digital Cosmopolitans in the Age of Connection] Moscow: Ad Marginem Press. 336 p.
- Zuckerberg R. (2013) *Dot. Complicated. Untangling our Wired Lives*. New York: Harper One. 256 p.

Информация об авторах

Евстафьев Дмитрий Геннадиевич, кандидат политических наук, профессор департамента интегрированных коммуникаций факультета коммуникаций, медиа и дизайна, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Адрес: ул. Мясницкая, д. 20, Москва, 101000. E-mail: devstafiev@hse.ru

Цыганова Любовь Александровна, кандидат исторических наук, доцент департамента интегрированных коммуникаций факультета коммуникаций, медиа и дизайна, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Адрес: ул. Мясницкая, д. 20, Москва, 101000. E-mail: ltsyganova@hse.ru

About the authors

Dmitry G. Evstafiev, Candidate of Sciences (Politics), Professor, School of Integrated Communications, Faculty of Communications, Media, and Design, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya Ulitsa, Moscow, Russian Federation, 101000. E-mail: devstafiev@hse.ru

Lubov A. Tsyganova, Candidate of Sciences (History), Associate Professor, School of Integrated Communications, Faculty of Communications, Media, and Design, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya Ulitsa, Moscow, Russian Federation, 101000. E-mail: ltsyganova@hse.ru

Статья поступила в редакцию / Received: 21.07.2021

Статья поступила после рецензирования и доработки / Revised: 9.10.2021

Статья принята к публикации / Accepted: 16.10.2021