УДК 316.012

Пожаров Юрий Павлович

соискатель ИППК ЮФУ
тел.: (863) 264-19-12

Pozharov Yuri Pavlovich

Postgraduate Student of the Department of Sociology, Political Studies and Law of the Institute for Retraining and Development of Vocational Competence of Southern Federal University
tel.: (863) 264-19-12

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ КОНСТРУКТ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ СПЕЦИФИКИ СОЗНАНИЯ ЧЕЛОВЕКА В КОНТЕКСТЕ СЕТЕВОГО ОБЩЕСТВА

В статье показана плодотворность адекватного использования методологического инструментария для анализа специфики сознания человека в контексте сетевого общества на основе созданного методологического конструкта, который представляет собой ценностно-мотивационную, рациональную, перцептивную, аффективную сферы, сферу самосознания, сферу самости, ядром которой является аутентичность.

Ключевые слова: **сознание человека, сетевое общество, аутентичность, идентичность, ценностно-мотивационная сфера, рациональная сфера; перцептивная сфера; аффективная сфера; сфера самоосознания; сфера самости.**

METHODOLOGICAL CONSTRUCT OF THE SOCIO-PHILOSOPHICAL STUDY OF SPECIFICS OF HUMAN CONSCIOUSNESS IN THE CONTEXT OF THE NETWORK SOCIETY

The article shows that the adequate use of methodological tools to analyze the specifics of human consciousness in the context of a network society is founded on the basis of methodological construct, which represents, firstly, the value motivational sphere, and secondly, the scope of rational sphere, thirdly, the perceptual sphere, fourthly, the affective sphere, fifthly, the scope of self-awareness, sixthly, the scope of the selfhood the core of which is authenticity.

Key words: **human consciousness, network society, authenticity, identity, value motivational sphere, rational sphere, perceptual sphere; affective sphere, the sphere of self-awareness, self field.**

Плодотворный социально-философский анализ специфики сознания человека в контексте электронно-цифрового сетевого общества следует осуществлять при помощи соответствующего методологического конструкта. Данный методологический конструкт как инструментарий исследования указанной проблематики основан на универсальной модели человеческой деятельности, которая исходит из существования в истории философии двух крайних подходов к такому центральному понятию теории познания, как восприятие. Согласно первому подходу, восприятие непосредственно тождественно познанию вообще – это позиция радикального сенсуализма; в соответствии со вторым подходом истинное познание не основано на восприятии – точка зрения радикального рационализма (между этими подходами существует широкий спектр позиций). В действительности же функционированию мультимедийных информационно-коммуникационных технологий адекватно единство высокоабстрактного математизированного естествознания и сенсорного опыта. Поэтому среднее звено универсальной модели человеческой деятельности субъект с определенными целями – средства и орудия деятельности – объект деятельности представляет собою средства мультимедиа и сеть Интернет как единство реального и виртуального, т.е. здесь интегрированы абстрактные рациональные конструкции и сенсорный опыт, что адекватно исследуемой проблематике.

Предлагаемый методологический конструкт, помимо универсальной модели человеческой деятельности, выстроен на следующих теоретико-методологических основаниях: концепция электронной, мультимедийной культуры; парадигма экранной культуры, связанной с функциональной асимметрией человеческого мозга; концепции игровой деятельности и на системах целостной информационной модели человека сенсорная, когнитивная, аффективная, стилевая система (эмпирический стиль связан с когнитивными процессами восприятия, рациональный стиль – с когнитивными процессами концептуализации, метафорический стиль – с когнитивными процессами символизации), ценностная система. В результате методологический конструкт социально-философского исследования специфики сознания человека в контексте электронно-цифрового сетевого общества представляет собой ряд составляющих.

Первая составляющая методологического конструкта социально-философского исследования специфики сознания человека в контексте сетевого общества – это ценностно-мотивационная сфера сетевого общества, имеющая сложную мозаичную структуру. Основное место в ней занимают такие ценности, как информация и интеллект, которые дают возможность формировать и накапливать интеллектуальный капитал, необходимый для инновационного развития социума. Ведь «практически все концепции и программы развития информационного общества исходят из того, что информация и знания становятся в информационную эпоху стратегическим ресурсом общества, сопоставимым по зна-

чению с ресурсами природными, людскими и финансовыми» [1, с. 42]. Это значит, что происходит изменение ценностей традиционного, индустриального общества, связанное с широким распространением информационно-коммуникационных технологий, электронно-цифровых сетей, что влечет за собой кардинальные перемены в отношении человека к социальному миру, появление нового аксиологического «измерения» компьютерных и телекоммуникационных технологий.

Вторая составляющая методологического конструкта социально-философского исследования специфики сознания человека в контексте сетевого общества представляет собой рациональную сферу, в которой прежде всего ценится высокий профессионализм в принятии решений. Этот профессионализм принятия решений формируется в видеоиграх, осуществляемых в причудливых виртуальных мирах. В настоящее время индивиды принимают участие в глобальных видеоиграх, потому что во многих странах мира возникли и функционируют цифровые сообщества.

В этих цифровых сообществах поколение геймеров оттачивает и совершенствует свой профессионализм, чтобы достигнуть высоких достижений (это одно из ценностных отличий поколения геймеров от старшего поколения). «Удивляться можно начинать сразу – поколение геймеров отличается хорошо замаскированной тягой к высокому профессионализму. Можно расценивать это как хорошую новость, если только мы можем в нее поверить. Сегодня, более чем когда-либо на нашей памяти, деловой успех зависит от нацеленных на работу, преданных делу сотрудников» [1]. Именно геймеры обладают креативным потенциалом, увлечены своим делом, имеют внутреннюю мотивацию, чтобы принимать необходимые для организации решения, адекватные постоянно изменяющейся реальности сетевого общества.

Еще одна отличительная черта поколения геймеров – их способность совершать множество дел одновременно (феномен «многозадачности»). Исследования поведения геймеров в условиях организации (фирмы, корпорации и пр.) свидетельствуют о том, что они не сосредоточены полностью на работе: «На их рабочих местах всегда звучит музыка, на мониторах компьютеров одновременно открыто по семь окон. Это поколение, кажется, убеждено, что можно делать множество дел одновременно» [2]. Именно способность геймеров совершать одновременно ряд дел – характерная отличительная черта сознания человека в контексте сетевого общества.

Еще одна специфическая черта сознания геймеров – генерирование новых стратегий для принятия оригинальных решений, необходимых для выживания общества. Способность геймеров порождать новые стратегии, чтобы принимать оригинальные решения, дает обществу возможность решать весьма сложные проблемы, связанные с его устойчивым развитием, с будущим всего человечества.

Немаловажна и такая черта сознания геймеров, как естественное стремление к риску, сформированное в видеоиграх благодаря неоднократным проигрышам, когда поражение считается частью пути, ведущего к победе. «Такое поражение (речь идет о рисках, которые привели фирму к краху – **Ю.П.**) – это крайний случай и абсолютно не подходит ни для наших работодателей, ни для наших инвестиций. Но для поколения геймеров риск – вещь реальная и естественная. Он включает в себя крайние ситуации. Риск – это неизбежная, приемлемая цена за успех, который вообще стоит того, чтобы к нему идти» [2 p. 123]. Иными словами, риск как отличительная черта сознания геймера связан с его стремлением к успеху и соответственно к получению вознаграждения за свою работу.

И наконец, одна из негативных черт сознания и геймеров, и негеймеров – инфантильность мышления (социальный инфантилизм, ассистенциализм, по выражению А. Менегетти), сформированный обществом потребления, каковым и является сегодня сетевое общество.

Третья составляющая методологического конструкта социально-философского исследования специфики сознания человека в контексте сетевого общества – перцептивная сфера, в которой немалое место принадлежит видеоиграм как новой мощнейшей креативной информационной технологии. Неадекватен существующим культурным практикам установившийся стереотип мышления, согласно которому видеоигры представляют собой средство ухода от реальности. Данное заблуждение опровергается культурными практиками сетевого общества, они свидетельствуют о том, что видеоигры выступают в качестве нового средства массовой информации [2, p. 124]. Геймеры играют с одной из мощнейших информационных технологий: видеоигры аналогичны печатному станку, телеграфу, телефону, компьютеру и Интернету, значительно изменившим социальный и культурный миры и их восприятие. Видеоигры изменили образ мышления, перцепцию окружающего мира и поведения геймеров, так как использование ими средств для поиска информации, для обучения и развлечения оказывает на них громадное влияние. Видеоигры также способствуют изменению восприятия окружающего социокультурного и природного миров в соответствии с уровнем мастерства самого игрока.

Четвертой составляющей методологического конструкта социально-философского исследования специфики сознания человека в контексте сетевого общества выступает аффективная сфера, насыщенная порождающими воображение и интуицию эмоциями, без которых невозможны видеоигры в качестве серьёзной тренировки в принятии сложных решений, облаченных в эмоциональную форму

экзотических приключений, имитаций целой цивилизации или масштабного военного сражения, оказавшего влияние на ход истории.

В аффективную сферу сознания человека сетевого общества входят и невиданные ранее электронные эмоции, обусловленные значительным распространением прежде всего мобильных телефонов и оказывающие влияние на личность пользователя. Исследования показали, что передача эмоций (разочарование, тревога, страх, счастье, смущение и т.п.) при помощи информационно-коммуникационных устройств, в том числе и мобильных телефонов, имеет свои характерные особенности.

Возникающие в процессе мобильной телефонной коммуникации так называемые электронные эмоции не выражают эмоционального состояния собеседника, они представляют собой информацию о событиях. Данное своеобразие электронных эмоций просматривается в исследованиях по искусственному интеллекту, когда принимается во внимание положение, что присущие человеку (и млекопитающим) эмоции не могут моделироваться устройствами искусственного интеллекта, тогда как иное понимание эмоций, исходящего из их информационной (электронной) природы, дает возможность для подобного моделирования. Данное положение можно плодотворно использовать для социально-философского исследования перспективы модификации сознания человека сетевого общества.

Пятая составляющая методологического конструкта социально-философского исследования специфики сознания человека в контексте сетевого общества есть сфера самосознания, включающая в себя множественную онлайновую идентичность и единую реальную идентичность человека. Сама сфера самосознания сейчас значительно изменилась благодаря появлению единой во множественности офлайновой идентичности (коллективной, социальной, культурной) человека под воздействием процессов глобализации и множественной онлайновой идентичности в силу развития цифровых технологий. Дело заключается в смене модели классической вертикальной, иерархической культуры постмодернистской моделью информационной, мультимедийной культуры как своеобразного шара, «который представляется то плавильным котлом, то неким бурлящим, безумным морем; и в этой сфере господствует новая точка отсчета, связанная не с читающей и пишущей публикой, а с ее антиподом – публикой, делающей телевизионные шоу и смотрящей телевидение» [2, p. 125]. Сознание и самосознание этой новой публики детерминировано электронно-сетевым, мультимедийным типом культуры. Электронно-сетевая, мультимедийная культура формирует множественную онлайновую идентичность человека, тогда как классическая культура формирует единую изменяющуюся оффлайновую идентичность человека.

Шестая составляющая методологического конструкта социально-философского исследования специфики сознания человека в контексте сетевого общества оказывается сферой самости, ядром которой служит аутентичность – подлинное внутреннее Я, связанное с гиперреальностью как пространством симулякров в условиях сетевого общества. В современном весьма сложном и высокотехнологичном информационном обществе особую значимость приобрела проблема аутентичности человека, которая на языке глубинной психологии К. Юнга обозначается концептом «самость» [3]. Дело в том, что на рубеже XX и XXI столетий человек погружен в мир неаутентичных вещей, продуцируемых экономикой впечатлений, когда под воздействием индивидуализированных электронных масс-медиа человек теряет свое подлинное внутреннее Я [4]. Ведь современные информационно-коммуникационные технологии формируют мультимедийную культурную среду, насыщают ее различного рода симулякрами (копиями несуществующих вещей и событий). Виртуальное пространство этих мультимедиа образует своего рода гиперреальность, которая воздействует на сознание человека, подавляя в нем его подлинное, аутентичное Я. Вполне естественно, что это придает специфичность сознанию человека в контексте электронно-цифрового сетевого общества, дает возможность манипулировать им.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Алексеева И.Ю.* Информация и интеллект как ценности современной эпохи // Информационное общество. 2009. № 1.
2. *Dovey J., Kennedy H.W.* Game Cultures. Computer Games as New Media. Berkshire, 2006.
3. См.: *Юнг К.Г.* Архетип и символ. М., 1991; *Юнг К.Г.* Тэвистокские лекции. Аналитическая психология: от теории к практике. Киев, 1995.
4. См.: *Гилмор Дж., Пайн Дж.* Аутентичность. М., 2009; *Бюльц Н.* Азбука медиа. М., 2011.