

избегает этого. Он всегда очень осторожен в обращении с языком» [5. С. 56].

В итоге, нецентрированность человека на Востоке — это бесппроблемность его бытия. Только М. Бубер пытается соблюсти целостность проблемы, выявив сферу «между» в подлинной ее природе, в человеческом «я».

Т. о., задача статьи, обозначенная как исследование человеческих основ природы проблемы, реа-

лизована через осмысление человека и бытия, человека и его отношений с другим человеком (одного «я» с «другим»). Соотношение показало, что это взаимодействие определяется особой посреднической сферой, бытием «между». Именно она выступает источником проблемы, ее генезисом. Такая основа обязательно предполагает двойственную противоречивость в нерасчленном единстве как фундаментальное начало проблемы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бахтин М.М. К философии поступка // Бахтин М.М. Человек в мире слова. — М.: Мысль, 1995. — С. 22–66.
2. Бубер М. Два образа веры. — М.: Республика, 1995. — 464 с.
3. Петров Ю.В. Философия человека. — Томск: Изд-во НТЛ, 2002. — 1004 с.

4. Юнг К.Г. О психологии восточных религий и философий. — М.: Медиум, 1994. — 255 с.
5. Суздуки Д. Основы Дзэн-Буддизма // Дзэн-Буддизм. Суздуки Д. Основы Дзэн-Буддизма. Кацуки С. Практика Дзэн / Пер. с англ. — Бишкек: МП «Одиссей», 1993. — С. 19–468.

Поступила 22.04.2008 г.

УДК 37:01,301:151

ПРИРОДА «Я – ФОРМИРУЮЩИХ» ТЕХНОЛОГИЙ И ФОРМИРОВАНИЕ ЧЕЛОВЕКА ПОВСЕДНЕВНОСТИ: КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

Н.А. Нехаева

Нефтеюганский филиал РГСУ, г. Нефть-Юганск
E-mail: rgsu86@bk.ru

Исследуются предпосылки формирования человека повседневности, раскрыта роль средств массовой информации в этом процессе, обоснована специфика влияния «четвертой власти» на мир повседневности.

Ключевые слова:

Повседневность, культурологический дискурс, «жизненный мир», культура повседневности, массовая информация, симулякр, персонификация.

Понятие повседневности вошло в культурологический дискурс с работами Э. Гуссерля («жизненный мир»), М. Хайдеггера и Б. Вальденфельса. отождествляя мир повседневности (а прежде фиксируя «повседневность» как философскую категорию) с платоновским миром не-знания, открывая его как мир копий, эти исследователи показали возможность и легитимность решения таких проблем, как «смерть субъекта», «человек — симулякр», «человек-знак». В бессубъектном знаковом мире повседневности царят законы массовости. «Человек-масса» — это тот самый человек, на которого рассчитывают СМИ. В характеристике Х. Ортеги-и-Гассета такой человек действует, «пуская в ход материальное давление, навязывая свои желания и вкусы» [1. С. 46], не соблюдая единых норм и правил, удостоверяясь некоторым количеством идей и «считая, что в интеллектуальном плане уже ни к чему стремиться не надо» [1. С. 95]. Он — «интеллектуальная жизнь», не имеющая своего мнения, но только потребляющая чужое, не принимающая решений, не стремящаяся к истине, поскольку обла-

дает «интеллектуальной непроницаемостью». Рассчитанные на такого человека, СМИ как часть культуры утрачивают духовное измерение.

Человек XXI века — существо нестабильное, утратившее свое сущностное существование, постоянно вынужденное менять ролевое поведение — «масочный» человек. Об этом говорит Ж. Липовецки, когда исследует процесс современной персонификации и приходит к выводу о том, что понятие «персона» имеет смысл некоей безличности, ибо имеет конногиацию с понятием «маска», которая может скрывать откровенную пустоту. Об этом свидетельствует и Э. Фромм, определяя современный антропологический тип как «человек с рыночным характером», то есть человек, потерявший себя и заботящийся только о собственном товарном виде, ибо он обязан продать себя. В постметафизической ситуации, когда деконструировано единое «начало», утрачена «сущность», человеческое «Я» растворяется в постоянно меняющихся началах. Если эта культурная ситуация не предоставляет человеку самостоятельного выбора для себя какого-то одно-

го (или многих) из них или постоянного движения между ними, то именно она создает благоприятную почву для наличия в ней быстро меняющихся, мелькающих информационных потоков. Они здесь оказываются легитимными и как искусственная виртуальная среда, отрывающая человека от сущностного существования, и как переносящие человека от одного «начала» как сущности к другому. Они и направляют человека к тому, чтобы он делал выбор и в каких-то пределах определял себя. Они — информационные потоки — в хаотизированном виде предоставляют для человека среду, где он также беспорядочно и безнормно самоопределяется. Информационный хаос создает культуру, метафорой которой в постмодернистской литературе служит «сад расходящихся тропок», «ризом» — подвижное, лабиринтное бытие. Информационная сеть и есть та ризом, по которой человек перемещается и которая воздействует на него, погружая его и создавая его жизнь не только как закономерно конструируемую, но и как впитывающую различного рода случайности. Детерминация, идущая от информации, не претендует на однолинейность, она — не из метафизического мира истины, она — из повседневности и не претендует на то, чтобы обладать абсолютным характером.

Современная культура постмодернизма, разрешившая информации и СМИ играть определяющую человека роль, на самом деле помещает его в культуру неопределенности, полифонии, многоголосия, гетерогенности, где ему самому приходится быть ответственным за свой выбор. Здесь нет однозначности пути, который бы снял ответственность личности. С этих позиций решаемая проблема манипулятивной роли СМИ несет в себе амбивалентность. С одной стороны, манипуляция несет в себе аксиологический момент, выражающийся в понятиях «зомбирования», «изменения сознания», «массовизация» и т. п., — момент негативной оценки. Но с другой, — отвязка информации от единой и абсолютной истины, стимулирует развитие личностного многоголосия, быстроты в принятии решений, активности в усвоении и т. п. Человек информационной культуры вынуждается к тому, чтобы играть (одновременно, а, может быть, и последовательно) множество ролей, реализовывать различные версии возможных жизненных проектов. Ему в его деле самоопределения не может помочь культурное прошлое, которое уже захлестнуто новой информацией, но и в хаосе последней он не может прогнозировать ценности будущего, не может строить проект как линейный. Мелькающая информация не дает возможности предсказания, а значит, и необходимости застревания на чем-то одном. Личность и не может, и не должна складываться как идентичная себе. Информационные потоки и беспорядочность информации, идущей от СМИ, ей в этом помогают. В этом в плане аксиологии заключена их благородная и свободная миссия.

Информация как фактор, определяющий (властвующий) в мире повседневности, способствует

формированию нового типа личности. В постиндустриальную, постсовременную эпоху формируется новый антропологический тип. Его основные характеристики диктуются теперь не из мира метафизики как мира абсолютной истины. Они формируются как адекватные миру повседневности — миру обыденности, здешнему миру каждодневного человеческого существования, не привязывающего себя к вечности, внеисторичности и абсолютности, но, напротив, состоящего из постоянно меняющихся и всегда только современных (не относящихся к высокому прошлому или не идущих из столь же высоких идеалов будущего) миров. Такой человек обязан быть им адекватным, а потому он всегда — в неумном стремлении быть Другим, быть Новым. В этом случае СМИ играют роль стимулятора творческой инициативы, держат человека в постоянном тоне творчества и непрерывном процессе определения себя как адекватного ситуации, гибкого, разнонаправленного, самоконструируемого в бесконечности движения.

И так ли уж плох тот аксиологический акцент, который содержит в себе слово «манипуляция»? В нынешнем быстро меняющемся мире проблема манипулирования тоже может быть рассмотрена с нескольких сторон и тоже выглядит амбивалентной. Если иметь в виду традицию, с которой были связаны манипулятивные процессы, то она в качестве таковых предлагала квалифицировать те из них, которые мешали прямым воздействиям и жесткости детерминационного влияния, идущего из метафизического мира Истины. Этот смысл сегодня утрачен. Если легитимирована повседневность, то манипуляция — это единственно адекватный современной культуре процесс, поскольку только она открывает свободу воздействия и свободу индивидуального и ответственного выбора, необходимых для личности детерминант. Манипуляция утрачивает отрицательный смысл, приобретая характер аутентичности личностного существования в условиях информационной повседневности.

Под воздействием манипулятивных, т. е. беспорядочных, не рассчитанных на истину в последней инстанции процессов, осуществляющихся в том числе и СМИ, человек тренируется быть гибким, учится способности выживания без фиксации себя в каких-то жестких, не развивающихся границах, без привязанности к единственной истине. Они способствуют формированию новой поведенческой модели и новой жизненной стратегии. То и другое исходит из отрицания единственности жизненного проекта (в образовании, профессиональной деятельности, в культуре) и предлагают возможность реализации многопроектности и разнонаправленности собственного выбора. Конечно, можно говорить о негативном воздействии хаотичной, неотфильтрованной цензурой информации, обрушивающейся на личность через СМИ. Можно говорить о возможности потери личностного «Я» в мультиинформационных потоках. Но только многоликость как разносторонность и полнота про-

явления себя всегда находили положительную аксиологическую характеристику, поскольку соответствовали подлинно человеческому способу существования как самообразования, как самостоятельного созидания себя как личности.

Есть в литературе, однако, и другие позиции по поводу рассматриваемого вопроса. Реализуя идею информационной власти, выступая средством манипулирования массовым сознанием, СМИ формируют особого человека, – того человека информационного общества, о котором пишет Фредерик Бегбедер в романе, выполненном в жанре сатиры на рекламный бизнес, «99 франков»: о кризисе виртуального общества, деградирующего под влиянием рекламы, – рекламного тоталитаризма. Рекламный тоталитаризм, по Ф. Бегбедеру, – это первая в истории система господства человека над человеком, против которой бессильна даже свобода. Более того, она – эта система – сделала из свободы свое оружие и это самая гениальная ее находка. Любая критика только льстит ей, любой памфлет только усиливает иллюзию. Она подчиняет вас. Автор исходит из того, что эпоха информационного общества – эпоха кризиса идентичности, возникшая вследствие того, что виртуальный мир СМИ «разрушил связь времени». Человек информационного общества погружен в виртуальную реальность, он живет в другом измерении, называемом Ф. Бегбедером состоянием виртуального Зазеркалья, виртуальный мир ведет к распаду идентичности.

Ю. Васильчук в статье «Человек политический в информационном обществе» справедливо полагает, что «понятие «идентичность» отражает определенную проблему самосознания человека, поскольку об идентичности вспоминают тогда, когда нет уверенности в своей принадлежности: человек не может или не знает, как убедить окружающих в том, что свое место в обществе он занимает по праву. В этом смысле идентичность есть критическая проекция того, что требуется тому или иному индивиду. Однако информационная революция перевернула перспективу: впервые для человека стала актуальной не идентификация с группой, государством или обществом, а стремление уйти от общественных связей, а значит, уйти и от политики. Ведь идентичность означает прежде всего принадлежность к определенному человеческому сообществу» [2. С. 48]. Дискретность отношений, которые складываются в виртуальном мире, человек начинает переносить и на личные отношения в мире реальном; информационная эпоха превратилась в мир «чистых отношений», в которые вступают ради них самих: ради того, что каждый может из них извлечь, и потому они могут быть прекращены в любой момент. В таком мире человек убежден: идентичности можно принимать и сбрасывать как при смене наряда. Ключевым словом в отношении человеческой идентичности стало «вторичное использование»: «Когда-то материальным носителем модерна была фотобумага: желтые страницы распухавших семейных альбомов отражали медленное приращение

необратимых и неизгладимых событий становления идентичности. В информационном обществе носителем постмодерна стала видеокассета с магнитной лентой, записи на которой можно стирать и перезаписывать. Кассета не рассчитана на то, чтобы хранить что-нибудь вечно – она несет в себе идею трансформации: любое событие в мире достойно внимания лишь до тех пор, пока не попадет на глаза следующая достопримечательность» [2. С. 48]. Автор, – со ссылкой на З. Баумана, – говорит о жизненных стратегиях информационного общества, направленных на избавление от какой бы то ни было идентичности, что нашло отражение в доминирующих антропологических типах нашего общества – «бродяга», «фланер», «турист», «игрок»: «Ни один из этих типажей не является изобретением информационного общества – все они были хорошо известны задолго до наступления постмодерна. Но прежде игроки, бродяги и фланеры были маргиналами традиционного и индустриального миров, они существовали где-то на обочине цивилизации, их презирали как бездумных «прожигателей жизни» и клеймили как «люмпенов». Сегодня эти антропологические стратегии находятся в центре информационного общества, они поистине превратились в стиль жизни. И если человек – это стиль, то мы имеем возможность через эти жизненные стратегии оценить современного человека и задуматься: в какой роли человек востребован в современном обществе?» [2. С. 46]. Человек вошел в пещеру Платона. Греческий философ описывал людей, прикованных к скале и созерцающих тени реальности на стенах темницы. Пещера Платона нашла свое воплощение в нашей действительности – теперь она зовется телевидением... Это походило на реальность, имело цвет реальности, но не было настоящей реальностью. ЛОГОС на сырых стенах нашей пещеры уступил место ЛОГОТИПУ. Человек потребляющий решает проблему экзистенциальных потребностей просто: он вступает в отношения исключительно с самим собой и с неодушевленными предметами потребления, проявляя крайний нарциссизм. В результате он сам для себя становится целым миром и любит целый мир в себе самом: общество его больше не интересует [2. С. 50].

Формирование «человека потребляющего», – «большой личности большого мира» (Э. Фромм), человека «моноцеребрального», человека одного, – виртуального, – измерения сопряжено с рядом специфических черт. Для человека мир превращен в объект купли-продажи, в совокупность артефактов. Его лицо неизменно обращено к экрану – он хочет созерцать не живой мир, а сверкающие автоматические конструкции из стали, стекла и алюминия. Именно этого человека называют «моноцеребральным» – человеком одного измерения. И сегодня это измерение – виртуальное, для моноцеребральной личности все нацелено на достижение успеха; имея в виду, что информационная власть, с одной стороны, рассчитывает в своих манипулятивных возможностях на совершенно определен-

ный антропологический тип, а с другой, — готовит этот тип сознательно, нельзя не задаться вопросом о его специфических характеристиках и о тех средствах его формирования, которыми располагают СМИ. Говоря о принципиально новых возможностях манипулирования массовым сознанием, возникающих в эпоху постмодернизма, о природе и статусе новых информационных технологий, необходимо рассмотреть сущностные характеристики феномена использования информационных технологий в качестве «консциентального оружия» (термин впервые введен в 1997 г. Н.В. Громыко). Под консциентальным оружием понимаются технологии работы с сознанием (по лат. — *conscientia*), ориентированные как на поражение и уничтожение определенных форм и структур сознания, так и на уничтожение некоторых режимов его функционирования. Н.В. Громыко смысл этого видит в ряде моментов, среди которых:

- понижение общего уровня сознания людей, живущих на определенной территории;
- разрушение устойчивой системы мировоззренческих ценностей и замещение последних разного рода ценностными симулякрами; как следствие — уничтожение родовой и культурной памяти людей, психотизация и невротизация общества, возникающая в связи с этим и приводящая к появлению маниакально-буйных и в то же время полностью управляемых «изоидов»;
- разрушение традиционных механизмов самоидентификации и замещение их механизмами идентификации нового типа через создание разного рода «групп участия», внедрение в общество специально конструируемой матрицы ценностей, норм поведения и реакций как единственно возможной модели жизнедеятельности населения;
- уничтожение способности ставить глобальные и стратегические цели — разрушение субъектности [3. С. 14–15].

Автор считает: консциентальное оружие используется при ведении консциентальных войн, которые, в отличие от открытых милитаристских акций, нацелены не на захват территорий путем введения войск, но на захват сознания людей, проживающих на данных территориях. В случае использования консциентального оружия и ведения консциентальных войн, мы имеем дело с таким видом господства, которое в отличие от других типов господства (финансово-экономического, политического, милитаристского, эпистемического и т. д.) имеет своей целью именно управление сознанием. И потому феномен консциентального оружия может и должен стать предметом специального изучения философов, социологов, методологов, т. е. профессионалов в области работы с мышлением и сознанием людей.

По сути своей информационные технологии разрушают те социокультурные основания, на которых они непосредственно возникли. Более того,

если говорить о наиболее мощных ударах, нанесенных человеческой гордыне, они в следующем: Н. Коперник переместил человека из центра Вселенной на ее периферию, Ч. Дарвин подрвал уверенность в его божественном происхождении, З. Фрейд развенчал миф о том, что сущность человеческого «Я» заключена в его разумном сознании. Четвертый удар будет нанесен посредством информационных технологий. В монографическом исследовании 1997 г. «Кому будет принадлежать консциентальное оружие в XXI веке?» термины «консциентальное оружие» и «консциентальные войны», введенные в обиход, использованы впервые. Автор доказательно обосновывает тезис о том, что господство над сознанием достигается в результате использования целого ряда факторов и средств, важнейшими из которых являются новейшие информационные технологии. Н.В. Громыко, Ю.В. Крупнов, Н.В. Громыко подробно анализируют современную антропологическую ситуацию.

Человек связан с экраном (телевизионным, компьютерным, рекламным, экраном мобильного телефона, вмещающим в себя, в свою очередь, уже не только компьютерный, но и телевизионный экран и т. д.). Экран воспринимается человеком как окно в реальность, а видеоряд превращен в основание очевидности. Наблюдая эмоции в отражении, в проекции разных экранов, вступая в коммуникацию с разными виртуальными «не-Я», человек перестает отличать свое собственное, реальное «Я» от виртуального. В условиях множасьего разнообразия видеодискурсов проблема соотношения сознания и реальности для большинства людей уже не встает: доверие к экрану приводит к уничтожению собственной идентичности. В акте самосознания «Я» современного человека неконтролируемо ловит массмедийный симулякр. (И потому если гаснет экран, то, как показал пожар в Останкино, у ряда людей начинается психоз, т. к. они оказываются уже не способны оставаться долгое или хотя бы некоторое время наедине с самими собой: там, внутри — пусто.)

В этих условиях сознание может быть отделено от нас и стать предметом специальной проработки — посредством все тех же экранов. И те, кто сегодня планируют акции, подобные организованной 11 сентября 2001 г. в США или в октябре 2002 г. во время демонстрации мюзикла «Норд-Ост», знают, что сознание человека — экранное сознание, в которое можно вмешиваться, которое можно искусственно разбирать и собирать, вводя в него нужные «идолы» рынка, театра, площади и т. д. Однако, сознавая влияние экрана, человек не может этому противостоять: «Наша личная самоорганизация не выдерживает напора новой нормативности, наши рефлексивные структуры оказываются то и дело в плену чужих рефлексивных игр, чужих рефлексивных псевдообъяснений, блокирующих наши режимы понимания и рефлексии. Информационные машины, переваривающие наше сознание, во много-много раз нас превосходят» [3. С. 15]. Возможны следующие способы разрушения сознания:

- Понижение общего уровня той информационно-коммуникативной среды, в которой живет сознание. Из среды изымаются важнейшие символы, ценностные ориентиры, через отнесение к которым только и может выстраиваться рефлексивный процесс (многочисленные «мыльные оперы» мексиканских сериалов подготовили сознание российского зрителя к восприятию таких страшных эрзацев, как передачи «За стеклом» или «Окна», ставших невероятно рейтинговыми передачами). Сознание человека привыкает к заниженно-усыпляющему режиму, в ситуациях встречи со смертью в таком сознании начинается паника.
- Разрушение механизмов традиционной самоидентификации (этно-национальной, культурно-исторической, государственной, конфессиональной и т. д.) через сознание в пространстве массмедийных экранов разного типа сообществ (искусственные, специально проектируемые варианты идентификации). Этот способ удобен для предвыборных манипуляций сознанием избирателя, он получил широкое распространение. В данном контексте крайне интересны те идентификационные матрицы, которые вбрасывают в наше сознание общественно-политические телевизионные передачи – типа передачи «Свобода слова». Здесь высокий уровень инженерии и дизайна, направленного на проектирование разного рода идентификационных оснований: рассаживание участников по группам, постоянно ползущий на экране график мнений, голосование в конце передачи, и всякий раз ведущий устраивает захватывающий спектакль: кто с кем и против кого. Но через неделю будет новая передача – и будет предложена новая идентификационная матрица, в которую вас снова вмонтируют, что становится привычным. Это инженерия, человек начинает отказываться от простраивания и защиты своих исходных оснований и верить, будто идентичность – это всего лишь фантом.
- Вымывание, вычеркивание из пространства информационно-коммуникативной среды, в ко-

тором живет сознание, вопросов, требующих медленных режимов работы теоретического мышления и выработки личностного знания; использование новейших информационных технологий ведет к разрушению способностей, формирующих теоретическое мышление (способности рефлексии, способности проблематизации и самоопределения, способности целеполагания и т. д.). Формирование привычки к быстрому получению информации по поводу заданных и даже еще не заданных вопросов, а также привыкание к тому, что эту информацию можно постоянно обновлять, ограничиваясь поверхностными демо-версиями по поводу происходящих событий; отказ от глубокого анализа проблем и свывание с тем, что их всегда можно закрыть и «снять», составив самое общее представление о них, но, так и не изучив, – все это резко снижает интеллектуальный потенциал общества и отучает его от освоения норм и образцов, сформированных в классической рациональности.

Концептуализируется подход, в границах которого концентрируется война, проводимая средствами СМИ, рассматривается как форма противоборства в ситуации кризиса национальных государств и складывания сетевых государств, пронизывающих сетками коммуникативных каналов тело любой страны. В границах сетевого государства возникают новые формы управления сознанием, а развитие новых институциональных форм коммуникативных принципов манипулирования сознанием опережает, как считает Н.В. Громыко, присвоение этого опыта. Аналитики полагают, что сегодня, на пороге XXI в., возникла необходимость обучения техникам и способам противостояния концентриальному оружию. Необходимо создавать специальные образовательные пространства, в рамках которых возможно анализировать схемы и способы деятельности отечественных и зарубежных СМИ, Интернета, создавать альтернативные им средства и способы работы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс // Х. Ортега-и-Гассет. Деградация искусств. – М.: Радуга, 1991. – С. 40–229.
2. Васильчук Ю. Человек политический в информационном обществе // Власть. – 2004. – № 3. – С. 36–48.
3. Громыко Н.В. Интернет и постмодернизм – их значение для современного образования // Вопросы философии. – 2002. – № 2. – С. 12–26.

Поступила 24.04.2008 г.